

# HENKILÖASIAKKAIDEN PERUSPANKKIPALVELUIDEN HINNOITTELU

LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU  
Liiketalouden koulutusohjelma  
Taloushallinto  
Opinnäytetyö  
Kevät 2010  
Ulpu Silvennoinen

Lahden ammattikorkeakoulu  
Liiketalouden koulutusohjelma

SILVENNOINEN, ULPU:

Henkilöasiakkaiden peruspankkipalveluiden hinnoittelu

Taloushallinnon opinnäytetyö

40 sivua, 6 liitesivua

Kevät 2010

## TIIVISTELMÄ

---

Tässä opinnäytetyössä käsitellään Suomalaisten pankkien henkilöasiakkaiden peruspankkipalveluiden hinnoittelua. Työstä rajataan pois yritysasiakkaat. Työn tavoitteena on selvittää, eroavatko peruspankkipalveluihin kuuluvat palvelut hinnoittelussa eri pankkien välillä. Lisäksi tutkitaan vaikuttaako pankin siirtyminen yksittäishinnoitelluista tuotteista kokonaishinnoitteluun asiakkaan maksamaan hintaan.

Tutkimuksen teoriaosuus on koottu kirjallisista lähteistä, jota käsittelevät pankkitoimintaa ja finanssialaa, lehtiartikkeleista sekä internetistä. Ensimmäisessä teoriaosuudessa käsitellään pankkitoimintaa, sen historiaa, nykytilannetta sekä tulevaisuutta. Toisessa teoriaosuudessa käsitellään asiakkaan ostoprosessiin vaikuttavia tekijöitä finanssimarkkinoilla. Viimeisessä teoria osuudessa käsitellään pankkipalveluiden hinnoittelua ja markkinoiden vaikutusta.

Työn empiirinen osuus pohjautuu pankkikonsernin toimipisteessä tehtyyn kvantitatiiviseen otantatutkimukseen, joka toteutettiin keväällä 2010. Otannassa käsitellään yhden asiakasvastuuhenkilön asiakassalkkua, josta tehtiin otannat.

Tutkimustulosten perusteella voidaan todeta, että peruspankkipalveluiden hinnoittelussa ei ole huomattavaa eroa eri pankkiryhmittymien välillä. Tutkimuksesta saatiin selville myös, että asiakkaat, jotka ovat siirtyneet yksittäishinnoittelusta kokonaishinnoitteluun säästävät kuukausittaisissa maksuissa.

Avainsanat: pankkipalvelut, pankki, hinnoittelu, asiakkaat

Lahti University of Applied Sciences  
Faculty of Business Studies

SILVENNOINEN, ULPU:

Pricing of the Bank Services

Bachelor's Thesis in Financial Management

40 pages, 6 appendices

Spring 2010

## ABSTRACT

---

This study focuses on the basic bank service fees in Finland, leaving out the business customers. The aim of this study is to solve whether the prices differ between banks and will the change from the single priced products to the overall priced products influence the total costs for the customer.

The theoretical part of the study is based on the books of banking and financing, articles and internet. The first part of the theory includes banking, its history, present situation and the future. The second part includes the factors that affect customers' purchasing of the financial instruments. The third section includes the principles of price setting and the causes that have influenced banks' price setting and the services altogether.

The empirical part of the study is based on the quantitative analysis made in one bank in spring 2010. This sampling was taken from one of the bank clerks own customer portfolio.

In the results can be seen that in the prices between banks do not differ apart. In the results can be also seen that the change from the single priced products to overall products save monthly in the service fees.

Key words: bank services, bank, price setting, customers

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
1.1	Tutkimuksen tavoitteet, menetelmät sekä rajaukset	2
1.2	Tutkimuksen rakenne	3
2	PANKKITOIMINTA	4
2.1	Pankkitoiminnan historia	5
2.2	Pankkitoiminnan muutokset	6
2.3	Pankkitoiminnan tulevaisuus	8
3	OSTOPROSESSIN VAIHEET FINANSSIMARKKINOILLA	10
3.1	Ostoprosessin vaiheet	10
3.2	Tuotetarjoomat ja palvelu	12
3.3	Tuote- ja palvelukehitys	13
4	HINNOITTELU JA MARKKINOIDEN VAIKUTUS	15
4.1	Markkinatilanne	15
4.2	Markkinatilanteen vaikutus hinnoitteluun	19
4.3	Pankkituotteiden hinnoittelu	20
4.4	Hinnoittelu ja asiakkaat	22
4.5	Hinnoittelu ja kustannuslaskenta	24
5	PANKKIPALVELUIDEN HINNAN MUUTOS	25
5.1	Kilpailijavertailu	25
5.2	Siirtyminen kokonaishinnoitteluun	29
5.3	Tutkimuksen tulokset	33
6	YHTEENVETO	38
7	LÄHTEET	40
	LIITTEET	42

## 1 JOHDANTO

Vuosituhanen vaihteen jälkeen ovat pankkipalvelut sekä niiden hinnoittelu kokeneet useita muutoksia. Tähän on vaikuttanut niin teknologian kehitys, siirtyminen yhteiseen maksualueeseen (Single European Payment Area) sekä muutokset talousmarkkinoilla ja maksupalvelulaissa. Pankit ovat joutuneet tarkastamaan ja täsmentämään hinnoitteluaan kaikilla toiminta-alueillaan.

Finanssitoiminnassa on kyse niin riskien hallinnasta kuin asiakkaiden tarpeiden tyydyttämisestä, joten tästä johtuen pankeille on määritelty kolme päätehtävää. Ensimmäinen tehtävä on rahoituksen välitys, jolloin pankki kanavoi hallinnassaan olevia talletuksia rahoitusta tarvitseville toimijoille, näitä ovat niin yritys kuin henkilöasiakkaat. Toinen pankin tehtävä on maksujenvälitys, joista valtaosa hoidetaan järjestelmien kautta asiakkaiden tileiltä. Kolmantena tehtävänä on riskien hallinta, joka tarkoittaa sitä, että pankilla on velvollisuus tunkea asiakkaansa ja arvioida näin asiakkaiden maksukykyä ja luottokelpoisuutta sekä rahoitusta tarvitsevien hankkeiden riskiä. (Finanssitoiminnan käsikirja 2008, 83.)

Tässä opinnäytetyössä keskitytään yhteen pankin kolmesta päätehtävästä, maksujen välitykseen, joka on osa vähittäispankkitoimintaa. Vähittäispankkitoiminta muodostaa olennaisen osan pankkitoiminnasta kokonaisuutena, joten suuri osa pankkien tuotoista tulee sen kautta. Vähittäispankkitoimintaan luetaan kuuluvaksi kaikki kotitalouksien tavallisimmin käyttämät ja tarvitsemat peruspankkipalvelut. Näitä toimintoja ovat anto- ja ottolainaus eri muodoissaan, kortti- ja maksuliikepalvelut sekä kotitalouksien varallisuudenhoito. (Finanssitoiminnan käsikirja 2008, 84.)

Pankkitoimintaa säätelee hyvä pankkitapa. Hyvä pankkitapa tarkoittaa, että pankki tuntee asiakkaansa sekä heidän taloudellisen tilanteensa riittävässä laajuudessa asiakassuhteeseen nähden. Myös pankin henkilökunnan tulee olla tehtäviinsä solveltuvaa, riittävästi koulutettua sekä toiminnan tulee olla asianmukaisesti valvottua, ohjeistettua ja johdettua. (Pankkiasiat, Finanssitoiminnan keskusliitto 2010.)

Pankki tarjoaa peruspankkipalvelut lainsäädännön, viranomaismääräysten sekä tili- ja muiden sopimusehtojen asettamissa rajoissa. Peruspankkipalveluja ovat jokapäiväisten raha-asoiden hoitamiseen tarkoitettu tili, sen käyttöön oikeuttava tilinkäyttöväline sekä maksujen välitystä koskevien toimeksiantojen hoitaminen. Asiakkaan on saatava pankista tietoja palveluiden hinnoista sekä niihin liittyvistä maksuista, pankin tarjoamista tilimuodoista ja niiden ehdoista, tilien tuotosta sekä erilaisista maksuvälineistä ja niiden käytöstä. (Finanssitoiminnan keskusliitto 2010.)

Pankkien toimipaikoissa tulee olla nähtävillä palveluhinnastot, josta asiakas näkee pankin tarjoamien palvelujen hinnat. Hinnoittelussa tapahtuvista muutoksista pankin on ilmoitettava hyvissä ajoin asiakkailleen ennen niiden voimaantuloa. Ylipäänsä pankkipalveluista tiedottamisen tulee olla selkeää ja ymmärrettävää, sekä palveluiden mainonnan on oltava totuudenmukaista ja antaa oikea ja riittävä kuva palveluista. (Pankkiasiat, Finanssitoiminnan keskusliitto 2010.)

### 1.1 Tutkimuksen tavoitteet, menetelmät sekä rajaukset

Tämän tutkimuksen päätavoitteena on selvittää, vaikuttaako peruspankkipalveluiden yksittäishinnoittelusta siirtyminen kokonaishinnoitteluun selkeästi asiakkaan maksamaan hintaan. Tutkimuksen alatavoitteena on selvittää, eroavatko peruspankkipalveluiden hinnoittelu ja asiakkaiden maksama hinta pankkiryhmittymien välillä sekä eron suuruusluokka. Selvittämällä hinnoittelun ja kustannusten taustalla olevat syyt pystytään määrittelemään niitä seikkoja, jotka vaikuttavat pankkipalveluiden hinnoittelun muutokseen ja hinnoittelusta saatavaan tuottoon kustannusten kattamiseksi myös tulevaisuutta silmällä pitäen.

Tämä tutkimus toteutetaan keväällä 2010, joka avulla pyritään selvittämään keskimäärälaskelman perusteella yksittäishinnoittelun ja kokonaishinnoittelun eroa. Tutkimuksessa keskitytään henkilöasiakkaiden peruspankkipalveluihin, jotka muodostuvat tileistä ja tileihin liitettävistä maksuvälineistä sekä maksujen hoitamisesta. Tutkimuksesta jätetään pois yritysasiakkaat sekä alle 26-vuotiaat. Tutkimuksen teoriaosuus koostuu pääosin pankki- ja finanssitoimintaa käsittelevistä teoksista sekä artikkeleista. Pääteoksina teoriaosuudessa on Erkki Kontkasen teos Pankkitoiminnan käsikirja sekä Alhosuo, Nissen ja Pellikka teos Finanssitoiminnan käsikirja. Sähköisinä lähteinä käyty Taloussanomien artikkelit sekä Finanssialan keskusliiton verkkosivut tukevat kirjallisia lähteitä. Näiden lisäksi lähdeaineistona markkinatilanteen kuvaamiseen luotettavalla tavalla käytettiin valtiovarainministeriön suhdannekatsausta sekä taloustieteilijä Lauri Uotilan katsauksia, näitä on täydennetty ja päivitetty ajankohtaisten lehtiartikkelien käytöllä.

Vastaavaa peruspankkipalvelujen hinnoittelua koskevaa tutkimusta ei ole aiemmin tehty, mutta pankkeja, kustannuslaskentaa ja hinnoittelua koskevia tutkimuksia on tehty useita. Näistä mainittakoon opinnäytetyöt, Kaisa Viskarin asiakkuuden kannattavuus pankissa sekä Sanna Mäkisen työ pankkien kilpailuttaminen. Tämä opinnäytetyö eroaa aikaisemmista tutkimuksista siten, että tässä tutkimuksessa pyritään yhdistämään nämä edellä mainitut aiheet sekä selventämään hinnoitteluun vaikuttavia tekijöitä pankkitoiminnassa ja niiden vaikutusta asiakkaaseen.

Tämä tutkimus on kvantitatiivinen otostutkimus. Tutkimuksella selvitetään lukumäärin tutkittavassa ilmiössä tapahtuneita muutoksia, jolloin tutkimuksen onnistumisen edellytyksenä on riittävän suuri ja edustava otos. Tutkimuksessa käytetään otantatutkimusta sillä tutkittava perusjoukko on hyvin suuri, ja tällöin koko perusjoukon tutkiminen veisi kohtuuttoman paljon aikaa. Tutkimuksessa toteutetaan myös kilpailijavertailu taulukoimalla (Liite 1) pankkien perimät listahinnat ja kokoamalla niiden perusteella keskimäärät. Tavoitteena on sen avulla vertailla eroavatko eri pankkiryhmittymien perimät hinnat tosistaan, ja jos eroavat, ovatko erot suuria.

## 1.2 Tutkimuksen rakenne

Tämä opinnäytetyö on jaettu viiteen päälukuun sekä niiden alalukuihin. Opinnäytetyön teoriaosuudessa käsitellään pankkitoimintaa, markkinatilannetta ja hinnoittelun periaatteita sekä kustannuslaskentaa ja hinnoittelua yleisesti. Case-osuudessa tutkitaan kolmea Päijät-Hämeessä toimivaa pankin toimiyksikköä ja heidän hinnoitteluaan sekä case yrityksen palvelurakenteen muutoksen vaikutuksia ja esitellään näiden tulokset.

Opinnäytetyön ensimmäisen luvun muodostaa johdanto, jossa esitellään tutkimuksen taustat, sen tavoitteet ja ongelmat sekä käsiteltävän aiheen raja- ja johdannossa tuodaan myös esille käytetyt tutkimusmenetelmät, lähtöaineisto, tutkimuksen eroavaisuudet edeltäneisiin tutkimuksiin sekä tutkimustyön rakenne. Toinen luku käsittelee pankkitoimintaa. Siinä esitellään pankkitoiminnan kehitys, rakenteelliset muutokset sekä tulevaisuudennäkymät.

Kolmas pääluku käsittelee asiakkaan ostoprosessia sekä siihen vaikuttavia seikkoja toimittaessa finanssimarkkinoilla. Neljäs pääluku käsittelee hinnoittelua; sen periaatteita, hinnoittelua ja asiakkaita sekä kustannuslaskentaa ja hinnoittelua. Viiden pääluku koostuu case tutkimuksesta. Siinä esitellään tutkimuksen tausta ja tutkimusmenetelmän valinta sekä tutkimustulokset. Tämän lisäksi luvussa esitellään yritykset, jotka ovat mukana kilpailijavertailussa sekä vertailun tarkoitus ja tulokset.

## 2 PANKKITOIMINTA

Pankkien keskeisenä tehtävänä on asiakkaiden talletusten vastaanottaminen sekä luoton myöntäminen. Näiden tehtävien lisäksi pankkien tehtäviin kuuluvat myös sijoitus- ja varallisuudenhoitopalvelut sekä maksuliikepalvelut. Suomessa toimi vuoden 2008 lopussa 336 pankkia käsittäen liikepankit, jäsenosuuspankit, paikallisosuus- ja säästöpankit sekä talletuksia vastaanottavat ulkomaisten luottolaitoksien sivukonttorit, joka tarkoittaa 1 672 konttoria. Suomen finanssimarkkinoilla suurimman yhteenlasketun, yli 80 prosentin markkinaosuuden pankkimarkkinoilla muodostavat kolme suurinta finanssikonsernia: Nordea Pankki, OP-Phjola- ryhmä sekä Sampo Pankki. (Pankkiasiat, Finanssialan keskusliitto 2010.)

Pankkitoiminta on jaettu karkeasti kahteen osaan, tukku- ja vähittäispankkitoimintaan. Vähittäispankkitoiminta käsittää pienten yritysten sekä kotitalouksien talletus-, luotto- sekä maksupalvelujen hoitamisen. Vähittäispankkitoiminnan luonne on muuttunut ajan myötä markkinaehtoisemmaksi ja se on sisällöllisesti monipuolistunut, nykyisin se muodostaa jo keskeisen osan pankkitoiminnasta. Tukkutoiminta käsittää kaupankäynnin niin kotimaisilla kuin ulkomaalaisilla raha- ja arvopaperimarkkinoilla. (Pankkiasiat, Finanssialan keskusliitto 2010.)

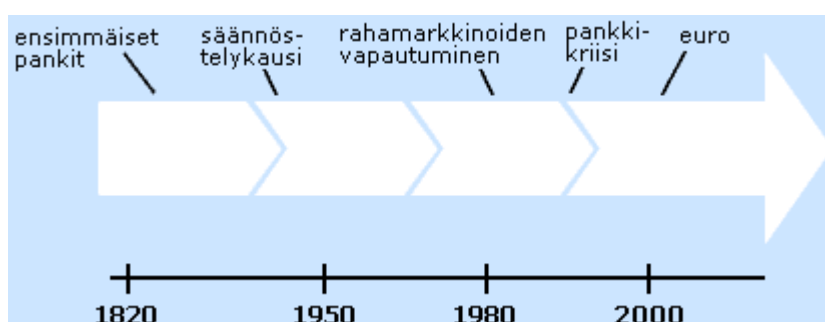
Pankkien rooli Suomessa korostuu erityisesti kotitalouksien luotottajana, joka tarkoittaa sitä, että valtaosa yksityishenkilöiden asuntojen rahoituksesta tulee pankkien välityksellä, sillä Suomessa luotot myönnetään suoraan kotitalouksille tai asunto-osakeyhtiöille. Muissa maissa asuntoa varten hankittu rahoitus tulee erillisten asunto pankkien kautta, jotka hankkivat rahoituksensa joukkovelkakirjamarkkinoilta. Suomessa pankit hoitavat myös yritysten joukkolainojen liikkeellelaskun järjestelyt sekä huolehtivat korkotukilainoista kuten myös valtion varoin myönnettävistä lainoista. (Finanssialan keskusliitto 2010)



## 2.1 Pankkitoiminnan historia

Pankkihistoriassa voidaan määritellä olen tähän menessä neljä merkittävää rahamarkkinakautta (Finanssialan keskusliitto 2010):

1. Kehityskausi ennen sotia
2. Rahamarkkinoiden säännöstelykauden alkaminen 1939
3. Rahamarkkinoiden eli luotonannon ja hinnoittelun vapautumiskauden alkaminen 1980-luvulla
4. Yhteisvaluutta euron käyttöön siirtymisen kausi (tilivaluuttana 1999, käteinen 2002)



KUVIO 1. Pankkitoiminnan kehittyminen Suomessa (Finanssialan keskusliitto 2010)

Pankkitoiminnan kehitys näkyy havainnollistettuna kuviossa 1, kehityskausi ennen sotia alkoi kun ensimmäiset säästöpankit perustettiin 1820-luvulla. Osuuskassatoiminta käynnistyi 1900-luvun vaihteessa jolloin perustettiin Keskuslainarahasto (OKO). Sen jälkeen tulivat ensimmäiset osuuskassat, jotka pankkilakimuutoksen myötä muutuivat osuuspankeiksi 1970-luvulla. Pankkikriisi aiheutti 1990-luvun alussa rajuja konttoreiden ja henkilöstön vähennyksiä sekä pankkifuusioita. Ajan mittaan rahamarkkinoiden vapautumisen, fuusioiden ja yhteenliittymien myötä on pankkisektori muovaantunut ja niiden tuloksena markkinoille on ilmestynyt uusia toimijoita niin ulkomailta kuin kotimaasta. (Pankkitoiminnan kehitys, Finanssialan keskusliitto 2010.)

Kilpailun kiristyminen sekä asiakkaiden tarpeiden ja käyttäytymisen muuttuminen on muokannut pankkitoimintaa. Tämä on johtanut siihen, että nykyisin pankkien palvelussa korostuu yhä enemmän neuvonnallinen rooli. Lisäksi pankkitoimintaan ovat vaikuttaneet myös pankkeja koskevat vakavaraisuusvaatimukset sekä riskien hallintaan liittyvät toimet. Väestön ikääntyminen on osaltaan muuttanut asiakkaiden palvelutarpeita ja muun muassa lisännyt säästö- ja sijoituspalvelujen kysyntää, johon voidaan nähdä vaikuttaneen myös talouden notkahdus 2008. Vuodelle 2010 pankit ovat sanoneet strategiakseen uuden rahan hankinnan, jolloin erityisesti pankin neuvonnal-

lisen rooli korostuu säästämisen ja talletuksien puitteissa. (Pankkitoiminnan kehitys, Finanssialan keskusliitto 2010.)

## 2.2 Pankkitoiminnan muutokset

Pankkirakenne koki 1990-luvun lamassa radikaaleja muutoksia, joiden vaikutus on nähtävissä yhä edelleen. Nykypäivälle ominaiset yritysyhtymät sekä fuusiot ovat kettaneet myös pankkisektoria. Tämän seurauksena pankkien ja vakuutusyhtiöiden välille on muodostunut yhteistyömuotoja sekä yhteensulautumisia. Pankkitoimintaa on muovannut myös tekninen kehitys, asiakkaiden tarpeiden muuttuminen, kiristynyt kilpailu, kansainvälistyminen sekä toimialaliikumet. Itse pankkialan käsite alkaa enenevässä määrin hämärtyä, kun arvopaperi- ja sijoituspalveluiden sekä vakuutustoiminnan raja häviää. Tulevaisuudessa on mahdollisesti täsmällisempää puhua yleisesti rahoituspalvelusektorista pankkialan sijaan. Toimenpiteet riskien hallintaan ja vakavaraisuuteen sekä kannattavuuden parantamiseen ovat myös vaikuttaneet pankkitoiminnan kehitykseen. (Salo, S. 2001)

Vallalla ollut kehitys, jossa pankit ovat ostaneet tai perustaneet vakuutusyhtiön, on nyt saanut uuden suunnan, jossa vakuutusyhtiöstä muovautuu toimija pankkisektorille. Tästä esimerkkinä mainittakoon Tapiola, joka on ryhtynyt tarjoamaan asiakkailleen vakuutuspalvelujen ohella kokonaisvaltaisesti pankkipalveluita. Kuitenkin tunnetuin yhdistyminen on Pohjola ja Osuuspankkiryhmä vuoden 2005 lopulla. Tämän yhdistymiskehityksen taustalla on pyrkimys tehostaa myyntiä sekä palvelulla asiakasta kokonaisvaltaisesti, jolloin vakuutuspalvelujen tarjoaminen mahdollistaa lisämyyntin. Esimerkiksi asiakkaan ottamaan asuntolainaan voidaan samalla liittää lainaturva ja ottaa kotivakuutus, sekä tulevaisuutta ajatellen miettiä erilaisia säästämisen muotoja ja perintösuunnittelua. (Finanssialan keskusliitto 2010: Pankit Suomessa 2009)

Yhteistyö pankkien ja muiden toimijoiden välillä on yleistynyt. Tästä esimerkkinä on Keskon ja Osuuspankin lanseeraama yhteiskortti keväällä 2007, jota Nordea seurasi omalla yhteistyöllään Keskon kanssa syksyllä 2007. Nyt vuoden 2010 aikana myös Sampo Pankin kortteihin on liitettävissä tämä plussaominaisuus. Olennaisin muutos näistä kuitenkin oli S-ryhmän uuden pankin avaaminen lokakuussa 2007. Vaikka S-ryhmä ei tarjoa rahoituspalveluita täydessä laajuudessaan, tarjoaa se kotitalouksille peruspankkipalveluita ja säästämistuotteita. Kotimaisten muutoksien lisäksi, pankki- ja rahoitusmarkkinat ovat yhä enenemässä määrin kansainvälistyneet, etenkin pohjoismaiset pankit ovat tehneet suuria rajoja ylittäviä rahoitusalan fuusioita ja yrityskauppoja. Danske Bankin Sampo kaupan toteuduttua kotimaisen omistuksen osuus suomalaisessa rahoitustoiminnassa jäi alle puoleen. Jo jonkun aikaa on kysymyksiä herättänyt myös Nordean omistajuussuhteet, ja etenkin Sampo Konsernin omistususuus siitä. (Pankkiasiat, Finanssialan keskusliitto 2010.)



## 2.3 Pankkitoiminnan tulevaisuus

SEPAan (Single Euro Payment Area) siirtymisen myötä yhtenäistyvät maksujärjestelmämme Euroopan alueella. Alkuperäisen aikataulun mukaan tämän tuli tapahtua viimeistään vuoteen 2010 mennessä mutta takarajaa on jatkettu. Tarkoituksena tällä yhtenäistämisellä on saada yhtenäinen euromaksualue, joka mahdollistaa suomalaisella pankkikortilla maksamisen esimerkiksi Italiassa sekä automaattinostot ulkomailla ilman erillisiä nostokuluja. Tämä muutos on saanut aikaan paljon keskustelua ja paineita hintojen nostamiseen niin pankeille kuin myös kaupoille. (Kortti voi käydä kalliiksi kassalla 2010.)

SEPA aiheuttaa pankille mittavia kustannuksia, vaikka käteisellä rahalla maksamisen väheneminen on tehnyt korteista perittävät palvelumaksut olennaiseksi tulonlähteeksi. Nyt yhteisen euromaksualueen johdosta kotimaiset pankkikortit on vähitellen korvattu kansainvälisillä pankkikorteilla, debit-korteilla. Tästä on aiheutunut ja aiheutuu mittavia kustannuksia pankin lisäksi myös kaupalle. Kaupat ovat laskeneet, että uudella debit-kortilla maksavat asiakkaat rasittavat sen kannattavuutta. Tämä kauppajien kriittisyys johtuu siitä, että pankit ovat alkaneet periä näistä debit-kortti maksuista 0,31 % ostoksen arvosta. Muutos on olennainen verrattuna kotimaisen pankkikortin käyttöön, josta pankki peri 0,05 euroa maksulta. Kauppaa tukemaan on mahdollisesti odotettavissa myöhemmin keväällä EU-lähtöinen laki, joka sallisi kauppiaiden periä debit-kortilla maksavalta asiakkaalta provision jolla saataisiin katettua pankin perimä maksu. (Kortti voi käydä kalliiksi kassalla 2010.)

Tulevaisuudessa asiakkaiden tarpeet sekä käyttäytyminen muuttuu. Samaan aikaan kun henkilökohtaisen neuvonnan merkitys korostuu, myös suurin osa asiakkaiden toiminnasta tapahtuu Internetin välityksellä omilla verkkopankkitunnuksilla. Internet onkin mahdollistanut useiden rahoituksen välityksen vaiheiden yhdistämisen, sekä laskenut sitä kautta työvoimakustannuksia ja sivukonttoreista aiheutuvia kiinteitä kustannuksia. Talouskriisin aikana myös pankit ovat joutuneet tarkastamaan kulueriään ja karsimaan ylimääräisiä kustannuksia ja näin tehostamaan toimintaansa. (Finanssialan keskusliitto 2010)

Pankkitoiminnan kehitykseen vaikuttaa olennaisesti myös kuluttajien varallisuuden kasvu sekä kotitalouksien kiinnostus säästämiseen. Tämän lisäksi pankkitoimintaan vaikuttavat myös juuri pankkeja koskevat vakavaraisuusvaatimukset sekä riskien hallintaan liittyvät toimet. Nämä vaikuttimet ovat saaneet korostuneen roolin talouskriisin johdosta, joka johti pankkien luotonmyöntöpolitiikan kiristymiseen. Kiristyneellä luottopolitiikalla pankit saavuttivat parempaa riskien hallintaa sekä ylläpidettyä vaka-

varaisuutta. Voitaisiinkin sanoa, että pankkitoiminnan tulevaisuus perustuu alan omaan strategiseen viisauteen sekä yleiseen suhdannekehitykseen, joka on tällä hetkellä hyvin epävarmaa sekä haurasta. Tämä tarkoittaa sitä, että pankkitoiminnan kehitys hidastuu kun tietyt ympäristöön tai erityistoimintoihin liittyvät tekijät muuttuvat heikompaan suuntaan. (Finanssialan keskusliitto 2010; Salo 2001; Widgren 2002, 52–54)

Uusin pankkitoimintaan vaikuttava muutos koskee pankkien tiedotusvastuuta, sillä toukokuun alussa voimaan tuleva maksupalvelulaki tiukentaa pankkien tiedotusvastuuta asiakkailleen. Lain voimaantulon myötä pankkien on toimitettava kaikille asiakkailleen tiedot heidän tilitapahtumista kuukausittain. (Hallituksen esitys maksupalvelulaiksi 2010.) Tämä informaatiovelvollisuus maksutapahtumista on laajempi, kuin mitä pankkikirjaan on aiemmin painettu. Pankkikirja on ollut tähän asti monelle asiakkaalle tärkein informaation lähde koskien tiliasiointia, jolloin jokainen käteisnosto, eläke- tai muu talletus on pankin konttorissa kirjattu. Nyt voimaan astuva laki saa useat pankkiyhtymät luopumaan pankkikirjojen käytöstä, josta pankki tiedottaa asiakkaitaan kirjeitse. Pankkikirjoista luopuminen koskettaa lähinnä iäkkäämpiä säästötiliasiakkaita, jotka eivät aiemmin ole siirtyneet sähköiseen asiointiin tai liittäneet tiiliinsä korttia.

Voidaankin yhteenvetona sanoa, että pankkitoimintaa säätelevä lainsäädäntö määrittelee raamit pankkitoiminnalle ja siinä tapahtuvat muutokset aiheuttavat pankeille kustannuksia. Nämä kustannukset pyritään kattamaan palveluista perittävillä hinnoilla asiakkailta. On kuitenkin arvioitu, että jatkossa tuotteiden räätälöinti sekä kehittäminen muuttuvat pankille edullisemmaksi, jolloin myös asiakkaiden segmentointi helpottuu, jolla saadaan täsmäinformaatiota, saadaan yksilöllistettyä hinnoittelua ja palveluita, sekä kyetään tehokkaampaan luottoriskien seuraamiseen. (Wildgren 2002, 52–54; Viitaniemi 2007; Nordea luopuu pankkikirjoista 2010; Käyttötilin ehdot vaikea ymmärtää 2010.)

### 3 OSTOPROSESSIN VAIHEET FINANSSIMARKKINOILLA

Asiakkaat kokevat finanssipalvelut usein hankaliksi ja monimutkaisiksi. Tämä johtuu saatavilla olevien palvelujen laajasta valikoimasta, erilaisista nimikkeistä sekä asiakkuuden vaikutuksesta palveluiden hintaan ja laajuuteen. Asiakkaan pohtiessa finanssipalveluiden käyttämistä tulee asiakkaan ensin selvittää eri toimijoiden tarjoamat tuotteet, niiden hinnat sekä saatavilla olevat lisätuotteet sekä palveluiden kokonaisuus. Asiakkaan on itse selvitettävä, mitkä seikat toimivat perusteena pankin valinnalle. Tällöin asiakkaan on selvitettävä eri toimijoiden tarjoamien vaihtoehtojen merkitys omalta kannaltaan sekä arvioitava, mikä pankki vastaa parhaiten asiakkaan arvoja sekä tarpeita syntyneiden mielikuvien perusteella. (Alhonsuo, Nisen & Pellikka 2009, 60–61.)

#### 3.1 Ostoprosessin vaiheet

Ostoprosessin vaiheet perustuvat kuluttajakäyttäytymisen tutkimuksiin, joilla on vankka teoreettinen perusta, mutta niiden käytäntöön soveltaminen on usein varsin vaikeaa. Kuluttajakäyttäytymisen tutkimuksen useat eri mallit ovat monesti liian yleispäteviä. Tämä johtaa siihen, että tiedon saanti niiden avulla voi olla hankalaa. Kuitenkin nämä mallit auttavat ymmärtämään kuluttajan käyttäytymistä osoittamalla muuttujien välisiä suhteita ja auttavat ennustamaan käyttäytymisen seurauksia. Kuluttajakäyttäytymisessä ovat keskeisessä asemassa asenteet, motiivit ja päätöksentekoprosessi. Kuluttajien halu ostaa näkyy markkinoilla kysyntänä, johon vaikuttavat useat tekijät. Kuluttajien ostopäätöksiin vaikuttaa olennaisesti aiempi ostokäyttäytyminen, se ohjaa sitä, millä perusteella asiakas tekee valintoja mitä, mistä ja kuinka hankinta tehdään. (Butler & Peppard.1998; Bergström&Leppänen 2005, 97.)

Kuluttajien päätöksenteko voi olla monimutkainen prosessi, jossa on useita vaikuttimia. Ostoprosessi alkaa tarpeen tunnistamisesta ja päättyy tuotteen tai palvelun ostamiseen. Ostoprosessi jaetaan yleensä viiteen eri vaiheeseen, jotka ovat (1) tarpeen tunnistaminen, (2) informaation hankkiminen, (3) vaihtoehtojen arviointi, (4) ostopäätös ja (5) oston jälkeinen käyttäytyminen. Tämän prosessin pituus ja siihen kuluttajan kuluttama aika vaihtelevat. Prosessi ei myöskään aina seuraa esitettyä järjestystä. Kuluttaja ei myöskään aina tunnista kaikkia ostamiseen liittyviä vaiheita, vaan monesti toiminta on automaattista. Usein hän tunnistaa ostoprosessin vaiheet silloin, kun kyseessä on hänelle tärkeä ostotapahtuma, johon käytetään paljon aikaa ja harkintaa kuten finanssipalvelut. (Foxall G. & Goldsmith R. 1994, 25; Solomon M. ym. 1999, 208; Bergström&Leppänen 2005, 97.)

Tarve on osa kuluttajan ostoprosessia, jolloin se on prosessin käynnistäjä. Ostoprosessin käynnistyminen kuitenkin edellyttää, että nykytila eroaa riittävästi toivetilasta eli kuluttajalle syntyy tarvetila. Tällöin kuluttaja haluaa korjata tämän epätasapainon. Mutta kuluttajan tarpeen havaitseminen ei takaa ostoprosessin jatkumista, sillä kuluttaja voi päättää, ettei ostoon ole riittävän merkittävää syytä, tai hän saattaa siirtää hankinnan tulevaisuuteen. Kuluttajan havaittua tyydyttymättömän tarpeen tai ongelman, joka täytyy ratkaista, syntyy ärsyke joka saa asiakkaan havaitsemaan tarpeen ja motivoitumaan toimintaan. Tämä ärsyke voi olla muutos elämäntilanteessa, kuten raskaus tai muutto toiseen kaupunkiin, auton hankinta, omaan asuntoon muuttaminen tai odottamaton tapahtuma kuten perinnön saanti. Myös pankista tullut yhteydenotto voi saada aikaan tämän ärsykkeen. (Bergström&Leppänen 2005, 122. Alhonsuo ym. 2009, 62.)

Kun asiakas kokee tarpeen tai ongelman ratkaisemisen arvoiseksi, alkaa tiedon hankkiminen. Nykyisin tiedon hankinnan voi toteuttaa usealla tavalla ja monesti asiakkaila on jo aiempia muistikuvia sekä kokemuksia tietyistä palveluista ja palveluntarjoajista. Tiedonkeruuprosessiin vaikuttaa myös asiakkaan persoonalliset ominaisuudet sekä vaihtoehtojen määrä. Asiakkaan tiedon hankkimista varten pankeilla on tarjolla paperisia esitteitä sekä verkkosivut, joihin asiakas voi tutustua itseksensä. Pankkien toimitiloissa olevat informaatiopisteet sekä henkilökunta neuvovat asiakasta ja tarjoavat tietoa henkilökohtaisesti. Asiakkaat hankkivat usein tietoa ystäviltä ja sukulaisilta sekä työtovereilta. Tätä kautta saamaansa informaatiota asiakkaat pitävät luotettavimpana ja perustavat niihin valintaansa. Kuluttaja pyrkii saamaan omaa tarvettaan koskevan tiedon hankkimastaan yleisinformaatiosta, mutta usein asiakkaan on turvauduttava asiantuntijan neuvoihin. Tällöin asiakas ottaa yhteyttä asiakasneuvojaan joko puhelimitse, Internetin välityksellä tai käymällä toimipisteessä. (Bergström&Leppänen 2005, 123; Alhonsuo ym. 2009, 62.)

Kuluttaja vertailee saamansa informaatiota sekä arvioi saatujen tietojen soveltuvuutta omaan tilanteeseensa. Samalla hän karsii tästä joukosta vähiten tilanteeseensa soveltuvat sekä vähiten houkuttelevat vaihtoehdot pois. Tätä kautta asiakas saa muodostettua itselleen harkintajoukon, josta tekee lopullisen valintansa. Valintakriteerit ovat asiakaskohtaisia ja ne muodostuvat tuotteen ominaisuuksista, joita asiakas pitää olennaisina. (Bergström&Leppänen 2005, 123; Alhonsuo ym 2009, 62.)

Pankkitoimintaan vähemmän perehtyneen kuluttajan päätöksenteko voi olla haasteellista tietopohjaan nojaten, jolloin päätöksenteon perusteeksi muodostuu tunneperäisyys tai sattuma. Näissä tapauksissa asiakkaan päätöksentekoon vaikuttaa korostuneesti pankin tunnettuus sekä yrityskuva. Yrityskuvaan vaikuttaa asiakkaiden tärkeinä pitämät seikat kuten pankin luotettavuus, näkyvyys sekä referenssit. Pankkitoimintaan syvemmin perehtyneiden ostopäätös syntyy monipuolisen päätösprosessin

kautta. Kuluttajan tehtyä päätöksen, hän tekee oston. Ostotapahtuman jälkeen asiakas voi kokea tyytyväisyyttä tai epävarmuutta. Tyytyväisyyden kokemiseen voi johtaa odotuksia vastaavan palvelun saaminen. Mielipiteen tuotteesta ja palvelusta asiakas kuitenkin muodostaa välittömästi ostotapahtuman jälkeen. (Bergström&Leppänen 2005 124; Alhonsuo ym. 2009, 62.)

Asiakas voi olla epävarma valinnastaan päätöksenteon jälkeen, sillä ratkaisun taloudellinen merkitys voi olla suuri sekä valitut palvelut erityisen tärkeitä tässä elämäntilanteessa. Tyytyväisyys hankittuun palveluun ja valittuun pankkiin syntyy lopullisesti vasta asiakassuhteen aikana. Esimerkiksi asuntolainan kilpailuttamistilanne voi johtaa pankin vaihtoon, jolloin aluksi saavutettu tyytyväisyys palvelun laadun ja hinnan muodossa voi muuttua asiakassuhteen aikana. Asuntolainan keskimääräinen maturiteetti on kuitenkin kaksikymmentä vuotta. (Alhonsuo ym. 2009, 62 - 63.)

Pankkitoiminnan perusta sekä sen keskeinen pääoma ovat sen asiakkaat. Sen vuoksi pankin on pyrittävä palvelemaan asiakkaitaan parhaalla mahdollisella tavalla. Jo olemassa olevien asiakkaiden lisäksi pankit tavoittelevat potentiaalisia uusia asiakkaita sekä kilpailutilanteessa hävittyjä potentiaalisia asiakkaita. Asiakkaita pyritään palvelemaan mahdollisimman hyvin, ja tätä pidetään yllä kontaktoimalla asiakkaita. Pankit haluavat pitää yllä toimivaa asiakassuhdetta ja sen hoitaminen vaatii säännöllistä yhteydenpitoa asiakkaisiin. Pankit tavoittelevat yhteydenotoillaan myös uusiasiakkuuksia, sekä tarjoavat palveluitaan kuluttajien rahoitukseen rahoituspäällikköjen kautta, jotka aktiivisesti tapaavatkin asuntolainan puitteissa uusia asiakkaita. (Alhonsuo ym. 2009, 63.)

### 3.2 Tuotetarjoomat ja palvelu

Pankit hakevat kilpailuetua muihin alan toimijoihin kehittäessään palvelujaan ja tarjoamiaan. Palvelutuotteille ja –tarjoomille ei varsinaisesti ole olemassa standardia, mutta lainsäädäntö asettaa erityisiä vaatimuksia palvelun sisällölle sekä menettelyta-voille. Pankin tarjoomaan liittyvien päätösten tavoitteena on aikaan saada järkevä ja toimiva kokonaisuus asiakkaalle lain määrittämissä puitteissa. Tarjoomalla tarkoitetaan tuotteiden yhdistelmää, joita pankki tarjoaa markkinoille, sekä samalla yksittäisen tuotteen kokonaisuutta, jolla tyydytetään asiakkaan tarpeet. Tuotepolitiikka käsittää tällöin ne pankin toimintaperiaatteet, joita tarjooman suunnittelussa noudatetaan, sekä ne toimet, joita tarjoomaan kohdistetaan. Tällöin tuotepoliittiset päätökset voivat kohdistua vain yhteen tuotteeseen tai tuotteiden kokonaisuuteen. (Bergström&Leppänen 2005, 169; Alhonsuo ym. 2009, 64.)

Tuotteiden sekä tarjoomien vertaileminen on haastavaa, koska pankkien tarjoamat ratkaisut vaihtelevat suuresti. Tästä huolimatta asiakkaiden tulee aina huolellisesti



perehtyä pankista saamiinsa esitemateriaaleihin ja sopimukseen. Vuoden 2008 lopussa alkaneen talouskriisin seurauksena on tullut yllättävän usein esille, että asiakkaat eivät ole perehtyneet saamiinsa tietoihin tarpeeksi tarkasti tai tehdyt päätökset ovat ratkaistu liian lyhytjänteisesti. Esimerkkinä voidaan mainita luottosopimukset sekä luoton takaisinmaksu, mutta myös säästämiseen valitut tuotteet. Samalla asiakkaat olettavat perustellusti, että esimerkiksi verkkopankki toimii moitteettomasti ja ajallaan vuorokauden ajasta riippumatta. Mutta jos näin ei ole asiakkaat kokevat saaneensa huonoa palvelua. (Bergström&Leppänen 2005, 169; Alhonsuo ym, 64.) Ongelman koskettaessa suurta asiakasjoukkoa tämä negatiivinen keskustelu aiheuttaa imagollista vahinkoa pankille. Tästä esimerkkinä Sampo Pankin 2008 tapahtunut migraatio, jossa koko pankin tietojärjestelmät muutettiin. Tällöin verkkopankissa olleet ongelmat osaltaan aiheuttivat asiakaspoistumaa, ja aiheesta puhutaan yhä kuluttajien keskuudessa.

Kun pankki pyrkii kehittämään tuotteitaan ja palveluitaan saadakseen kilpailuedun markkinoilla, ovat sen tekemät strategiset ja markkinoinnilliset tavoitteet tärkeitä. Tavoitteiden saavuttamisen apuna ovat tutkimukset ja selvitykset, jotka koskevat markkinatilannetta, yhteiskunnallisia muutoksia sekä pankin asiakaskuntaa. Näistä tehdyllä tutkimuksilla pyritään selvittämään asiakaskäyttäytymistä, mutta saatuja tietoja hyödynnetään myös varauduttaessa asiakkaiden tarpeiden muutokseen tulevaisuudessa sekä synnyttämään uusia ärsykeitä synnyttämään tarpeita. (Alhonsuo ym. 2009, 64.)

### 3.3 Tuote- ja palvelukehitys

Jatkuvat muutokset markkinoilla sekä kilpailu markkinaosuuksista ajaa pankit uudistuksen tielle. Tämä tarkoittaa sitä, että pankkien on uudistettava niin tuotteitaan kuin tarjoomiaan, mutta myös palveluaan pysyäkseen mukana kiristyvässä kilpailussa. Tuotekehityksen myötä pankki muokkaa olemassa olevia tuotteitaan sekä kehittää uusia tuotteita joko korvaamaan edeltäjänsä tai tarjotakseen kilpailukykyisen tuotteen kilpailijoiden vastaavaa tuotetta vastaan tai lisätäkseen omaa tarjontaansa, jotta voi tarjota aiempaa laajempaa palvelutarjoomaa. (Alhonsuo ym. 2009, 64.)

Tuotekehityksen taustalla on muitakin tekijöitä kuin markkina- ja kilpailutilanne, esimerkiksi Internetin yleistyminen, joten pankkien on muokattava palveluitaan soveltuvaksi tähän kanavaan. Pankit ovatkin mahdollistaneet asiakkailleen verkkopankin avulla useita uusia palveluita kuten kulutusluottojen- ja korttihakemusten tekemisen, uusien tilien avaamisen sekä säästämisen aloittamisen. Myös asuntolainahakemus onnistuu verkkopankin välityksellä. Pankit tekevät yhteistyötä eri huonekalu- ja kodinkoneliikkeiden kanssa, jolloin näiden yritysten asiakkaille tarjoamat korottomat maksuajat ja osamaksusopimukset edellyttävät luottihakemuksen tekemistä ja asiak-

kaalle tulee tähän käyttöön tarkoitettu kortti joltain pankkiryhmittymältä. (Alhonsuo ym. 2009, 64.)

Markkinatutkimukset sekä asiakastyytyväisyyskyselyt antavat pankeille kehitysideoitu, samoin asiakaspalautteet sekä henkilökunnan kuuleminen. Kuten aiemmin tutkimuksessa on esitetty, tulevaisuuden pankkitoiminta tulee keskittymään asiakkaiden henkilökohtaiseen neuvontapalveluun, mutta myös asiakkaiden itsenäiseen toimintaan verkon välityksellä. Tämä asettaa omat haasteensa palvelunkehitykselle sekä henkilökunnan koulutukselle. Asiakkaat ovat entistä tietoisempia tarvitsemistaan palveluista ja osaavat vaatia hyvää ja ammattitaitoista palvelua. (Alhonsuo ym. 2009, 64.)

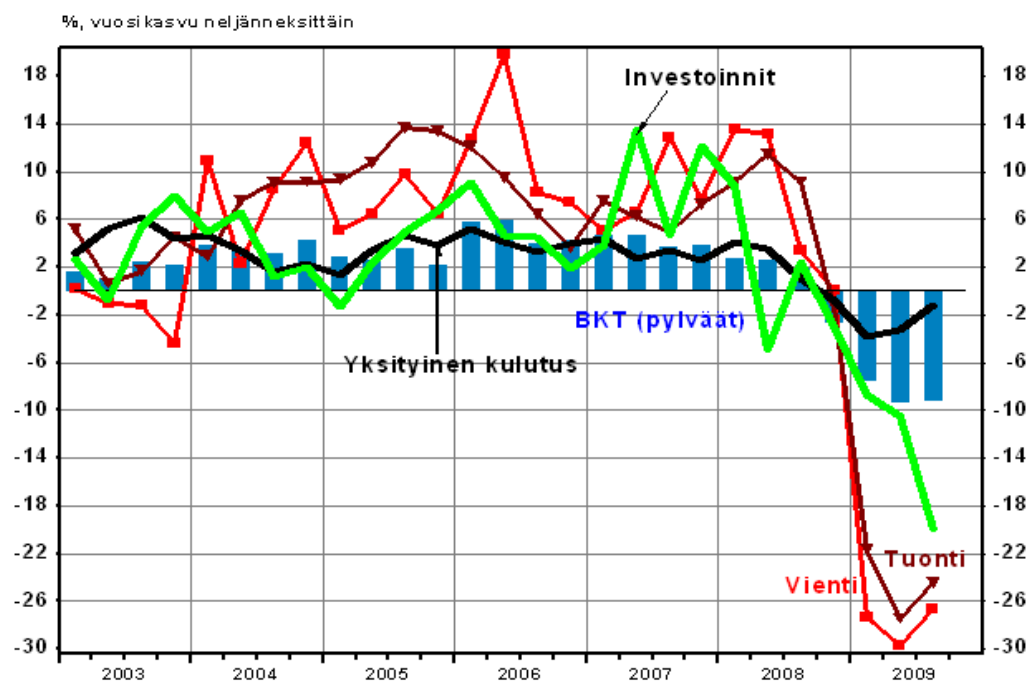
## 4 HINNOITTELU JA MARKKINOIDEN VAIKUTUS

Pankkien tarvitsee ylläpitää vakavaraisuuttaan hankkimalla ja samalla sitouttamalla varallisuutta, jotta antolainaus olisi mahdollista. Tällöin kokonaiskuvaa katsoen peruspankkipalveluista perittävä palvelumaksu ei tuota pankille niin paljon verrattuna saadun uuden varallisuuden tuomaan hyötyyn, josta pankki maksaa asiakkaalle korkotuottoa.

Finanssitoimintaan vaikuttaa taloudessa tapahtuvat muutokset sekä markkinatilanteen muutokset. Käsiteltäessä hinnoittelua on syytä katsoa hieman taaksepäin. Vuonna 2008 Suomessa toimivien pankkikonsernien tulokset heikkenivät kokonaisuutena verrattuna vuoteen 2007, mutta pysyivät kuitenkin kohtuullisella tasolla. Tähän heikkenemiseen vaikutti kansainvälinen talouskriisi etenkin vuoden loppupuolella, jolloin sen vaikutukset ylsivät kokonaisuudessaan Suomen talouteen. Vuonna 2008 hoitamattomat luotot sekä luottotappiot lisääntyivät, mutta suhde luottokantaan säilyi pienenä. Markkinakoroissa tapahtui jyrkkä sahaus, vuoden 2008 alussa ne nousivat tuntuvasti, mutta kääntyivät jyrkkään laskuun vuoden viimeisten kuukausien aikana. Alkuvuosi kuitenkin takasi vuodelle hyvän korkokatteen. Tällöin hinnoittelua tarkastettiin pankeissa ja palveluista alettiin periä niitä vastaava hinta. Talouskriisin aikana on kustannusten ja tuottojen saaminen tasapainoon tärkeää. Kriisin myötä pankit joutuivat varautumaan luottotappiokirjauksiin sekä kiristämään luotonantoaan. (Finanssialan keskusliitto 2010: Pankkien tulos ja tasetiedot)

### 4.1 Markkinatilanne

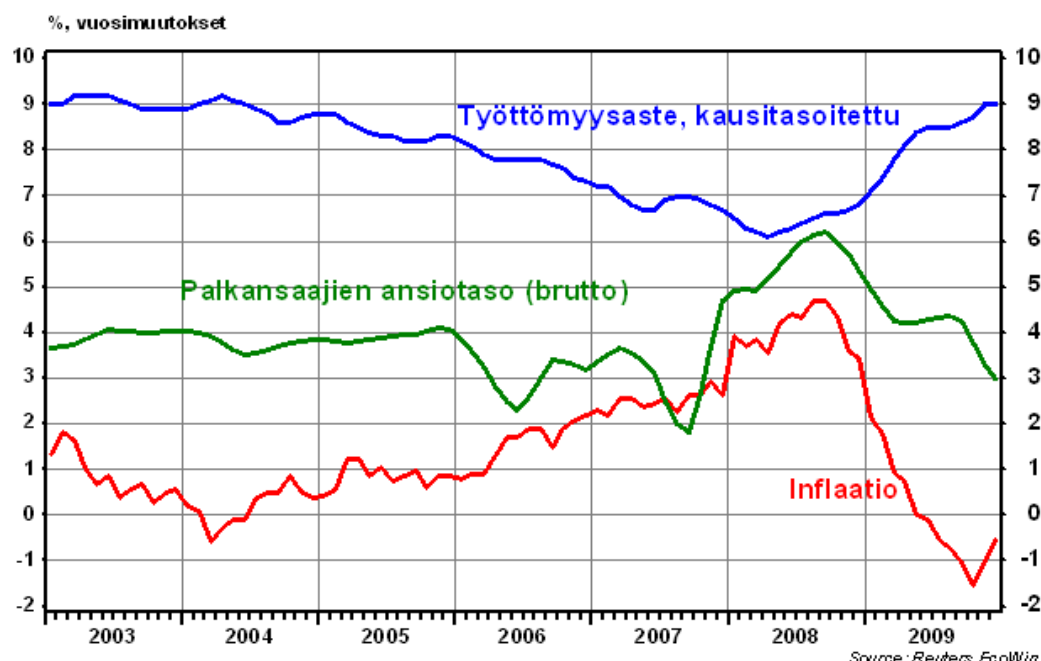
Tällä hetkellä Suomi on siirtymässä hitaaseen kasvuun. Vuonna 2008 maailman laajuisesti levinnyt talouskriisi aiheutti taantumun, jonka jälkeen Suomen kansantuote laski useita prosentteja. Vuoden 2009 ensimmäisen kvartaalin bruttokansantuote oli reilut kahdeksan prosenttia pienempi kuin vastaavana kvartaalina edellisvuonna. Kuitenkin tämä alamäki saatiin katkaistua, jolloin vuoden 2009 lopussa oli nähtävissä hidasta nousua pohjalta. Tulevan syksyn aikana onkin oletettavissa maailmantalouden elpymistä.



KUVIO 2. Investointien, viennin ja tuonnin, sekä yksityisen kulutuksen kasvu vuositasolla. (Sampo Pankki 2010, intranet)

Kuviossa 2 nähdään Suomen tarjonnan ja kysynnän ennustetut volyymi muutokset prosentteina bruttokansantuotteessa, tuonnissa ja viennissä sekä yksityisessä ja julkisessa kulutuksessa ja investoinneissa. Talouskasvu on silti hauraalla pohjalla ja sidoksissa elvytykseen, mikä viittaisi korkojen pysyvät maltillisella tasolla vaikka korkojen odotetaankin nousevan vuoden 2010 lopussa. Vuodelle 2010 odotetaan puolentoista prosentin talouskasvua ja 2011 kasvun oletetaan jatkuvan ja nousevan kahteen ja puoleen prosenttiin.

Työttömyysasteen oletetaan nousevan vuoden aikana jo runsaaseen kymmeneen prosenttiin. Vuonna 2011 työttömyysasteen uskotaan hieman alenevan, sillä työvoiman tarjonta supistuu eläköitymisen vauhdittuessa. Kuviossa 3 on nähtävissä selkeästi vuoden 2008 alun jälkeinen inflaatio sekä palkansaajien bruttoansioissa tapahtunut notkahdus sekä työttömyyden kasvu. (Korot nousuun 2010? 2010; Suhdannekatso 2009; Uotila, L 2009, suhdannekatso.)



KUVIO 3. Työttömyysasteen, inflaation sekä palkansaajien ansiotulon vuosimuutokset (Sampo Pankki 2010, intranet)

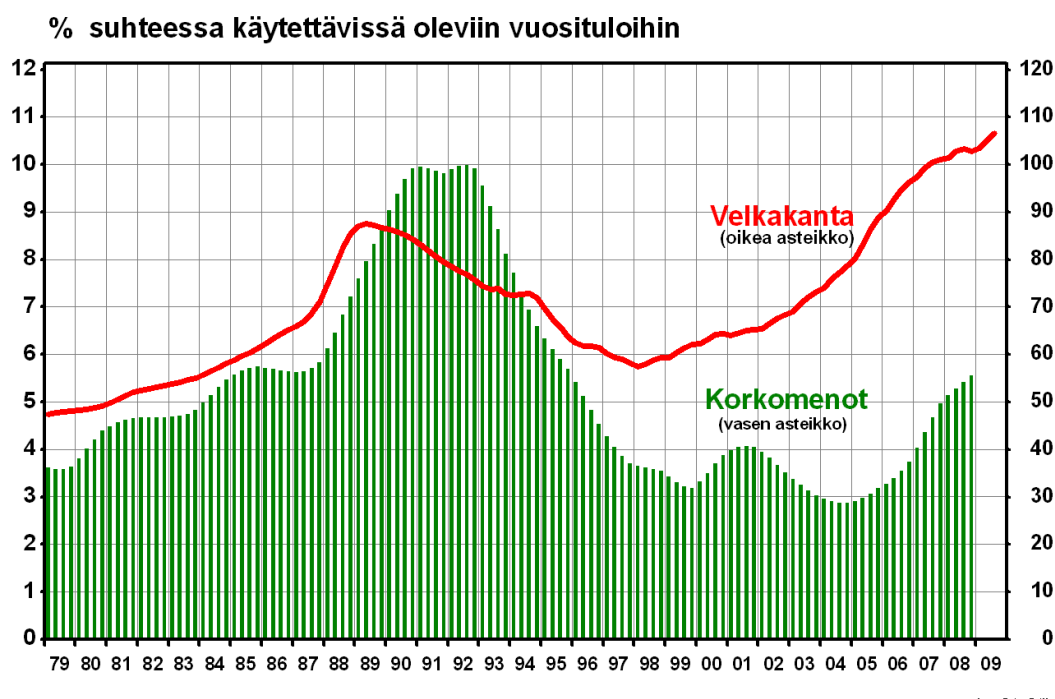
Kuluttajahintojen keskiarvo pysyi samana vuonna 2009 kuin edellisvuonna. Kesäkuussa 2009 alkanut hintatason aleneminen taittui vuoden vaihteessa, jolloin tämän vuoden keskimääräiseksi inflaatioksi odotetaan reilua prosenttia. Eläkkeen- ja palkansaajien tulot laskivat vuonna 2009, mutta tämän vuoden tulojen kehityksen uskotaan olevan maltillisempaa. (Uotila, L 2009, suhdannekatsaus.)

Viennin notkahduksesta huolimatta Suomen ulkomaankauppa säilyi vuonna 2009 ylijäämäisenä. Vuodelle 2010 sekä 2011 odotetaan vielä suurempaa ylijäämää. Tosin samalla valtion sekä kuntien tulot ovat jäämässä tuntuvasti menoja pienemmäksi. Julkisen sektorin bruttovelan kohoaminen suhteessa bruttokansantuotteeseen arvioidaan olevan tämä vuonna lähelle viisikymmentä prosenttia. Jos tämä suhde kohoaa yhä, ollaan lähellä 1990-luvun puolivälin ennätystasoa, jolloin julkisen velan suhde bruttokansantuotteeseen oli viisikymmentäkahdeksan prosenttia. Tämä tarkoittaa sitä, että on nopeasti laadittava talouspolitiikan ohjelma, jolla julkinen velkaantumisen saadaan pysähtymään muutaman vuoden sisällä. (Suhdannekatso 2009; Uotila, L suhdannekatso 2009.)

Kuten lehdistäkin on ollut luettavissa, maailmantalouden elpyminen jatkui vuoden 2009 syksyn aikana. Tämä johtui bruttokansantuotteen kasvusta kolmannella kvartaalilla niin Yhdysvalloissa, Saksassa, Kiinassa, Japanissa kuten useissa maissa verrattaessa niitä vuoden toiseen kvartaaliin. Maailmantalouden kasvun kehityksen uskotaan jatkuvan myönteisenä keskipitkällä aikavälillä vuosina 2010–2011, vaikka vuotta 2010 varjostaakin mahdollinen uusi notkahdus.

Tulevina vuosina kaikki ylivelkaiset yritykset sekä kotitaloudet pyrkivät vähentämään velkaantuneisuuttaan. Kotitalouksien säästämisasteen nousua on nähtävissä niin Yh-

dysvalloissa, mutta nyt myös Suomessa. Yksityisellä sektorilla lähivuosista saattaa muodostua velkojen sopeuttamisen kausi. Valtiot tosin velkaantuvat samaan aikaan rajusti. Taloutta koetellut kriisi korostaa riskien hallinnan merkitystä, joka ei hetkessä unohdu. Talouskasvun ollessa hauraalla pohjalla ja liikaa elvytyksen varassa tulisi vuoden 2010 alun aikana tapahtua vakautumista myös työmarkkinoilla, etenkin Yhdysvalloissa, jonka jälkeen kotitalouksien kulutuskysynnästä saataisiin veturi elpymisjunalle. (Suhdannekatsaus 2009; Uotila, L suhdannekatsaus 2009.)



KUVIO 4. Palkansaajien velkakanta, sekä korkomenot suhteessa käytettävissä oleviin vuosituloihin. (Sampo Pankki 2010, intranet)

Kuviossa 4 on esitetty palkansaajien vuosituloihin suhteutettuna kuluttajien korkomenot sekä velkakanta. Siitä on nähtävissä velkakannan olevan suhteessa käytettävissä oleviin tuloihin liian suuri, kun taas korkomenot kohtuullisella tasolla. Suomen keskuspankki on pitänyt ohjauskorkonsa alhaalla, mutta talouden elpymisen sekä epänormaalin alhaisten korkojen tuomat riskit lisäävät painetta rahapolitiikan normalisoimiseen.

EKP (Euroopan keskuspankki) aloittaa elvyttävän rahapolitiikan normalisoinnin lopettamalla eräitä pankkien likviditeetin lisäämiseen tähdänneitä operatioita, mutta ohjauskoron nostaminen tapahtuu vasta myöhemmin. Toimista huolimatta lyhyiden markkinakorkojen uskotaan pysyvän vielä alhaisina. Arviona on esitetty, että tämän vuoden lopulla 12 kuukauden euribor saattaa liikkua noin kahdessa prosentissa. Kovimmat nousupaineet ovatkin pitkissä koroissa, sillä valtioiden huima velkaantuminen lisää tuottovaatimusta etenkin nopeasti velkaantuvien maiden kuten Kreikan kohdalla. Alkaneesta kasvusta huolimatta maailman talouden toipuminen ei välttämättä toteudu seuraavan parin vuoden aikana, sillä riskit ovat yhä suuret. (Korot nousuun 2010 lopussa? 2010; suhdannekatsaus 2009; Uotila, L suhdannekatsaus 2009.)

## 4.2 Markkinatilanteen vaikutus hinnoitteluun

Osin historiallisista syistä johtuen useilla toimialoilla hinnoittelu tavanomaisesti perustuu kysyntään ja tarjontaan. Pankkipalveluiden hinnoittelu poikkeaa osiltaan tästä käytännöstä. Pankkien maksuliikenteen nopea kasvu alkoi säännöstelykauden aikana, jolloin hinnan periminen maksupalveluista ja yleisistä rahaliikenteen toimeksiannoista ei ollut mahdollista eikä välttämätöntä. (Kontkanen, E. 2009, 11–12.)

Nykypäivälle ominaista korkeaa rahoituskatetta ei voida käyttää muiden palvelutoimintojen hintojen pitämiseen alhaisella tasolla, sillä koronmuodostuminen on vapaata ja riippuvainen markkinoiden muutoksista. Yleisestä korkotasosta poikkeaminen ei juuri ole mahdollista, sillä pääoma on vapaasti liikkuvaa ja kilpailua on niin kotimaassa kun ulkomailla. Tämän johdosta pankit ovat vaihteittain joutuneet siirtymään tarkasti harkittuihin ja määriteltyihin palveluvalikoimien hinnoitteluihin sekä kiristämään kuluja kustannusten kontrolloinnilla. Useissa pankeissa on tällä hetkellä käynnissä kulukuureja, joilla pyritään luomaan säästöjä päivittäisten toimintojen kautta. (Kontkanen, E. 2009, 11–12.)

Erityisesti viime vuosien aikana nähty hintojen nousu pankkipalveluissa on ollut ennen näkemättömän suuri. Hintojen nousun osasyynä nähdään pankkien uudet hinnoittelupaketit. Pankit ovat siirtyneet yksittäisten tuotteiden hinnoittelusta kokonaisuuksien hinnoitteluun. Palvelupakettien sisältöä on kasvatettu verrattuna yksittäisiin tuotteisiin, joka on johtanut keskimääräisen hinnan nousun. Tarjottavat palvelupaketit ovat laajentuneet päivittäisten raha-asioiden hoidosta kokonaisuuksiksi, jolla asiakkaan nähdään saavan enemmän etuja kuin pelkän peruspankkipalvelun verran. (Pankit rohmuaa nyt palveluista tuplahinnan 2009.)

Myös asiakkuuden laatu vaikuttaa pankkipalveluiden hintaan. Asiakkaille tarjotaan peruspankkipalvelut edullisempina tai maksuttomina, jos asiakkuudesta syntyy kokonaisuutena enemmän tuottoja asiakkaalla olevien asuntolainojen, käyttöluottojen, talletuksien tai rahastosijoitusten johdosta. Näistä saatavien tulojen johdosta on pankeilla erilaisia tapoja antaa asiakkailleen alennusta peruspankkipalveluiden maksuista. Erilaiset avainasiakkuudet, bonusjärjestelmät sekä varallisuuden mukaan kertyvät alennukset ovat yleisimpiä alennukseen oikeuttavia tekijöitä. (Pankkien kisa levisi palveluhintoihin 2007.)

Katsottaessa muutamia vuosia taaksepäin oli nähtävissä silloisen markkinatilanteen vaikutus myös peruspankkipalveluista perittäviin palvelumaksuihin. Silloinen hinta-ale lainojen marginaaleilla ja talletuskoroilla enteili pankkien kilpailun siirtymistä pankkipalveluiden ominaisuuksiin ja tällöin suuret pankkiryhmittymät halusivat, että asiakkaiden päivittäisten raha-asioiden hoito oli kilpailukykyisesti hinnoiteltua. Asun-

tolainaneuvottelujen yhteydessä punnittiin tällöin myös tiliasioinnin palvelumaksut. Silloin markkinatilanteesta johtuen asiakkaan voitti pankkiryhmittymä, joka pystyi tarjoamaan edullisimman kokonaisratkaisun, joka piti sisällään asuntolainan, lainan marginaalin sekä peruspankkipalveluiden hinnan. (Pankkien kisa levisi palveluhintoihin 2007.)

Vuoden 2008 alkaneen taantuman johdosta markkinatilanteesta aiheutunut korkojen lasku aiheutti lainojen marginaalien nousua sekä luotonmyönnön kiristymistä. Pankit rupesivat perimään korkeita palvelumaksuja myös sopimuksen muutoksista kuten lainan lyhennysvapaudesta sopimista ja uudelleen järjestelystä. Jos asiakas myi vanhan asuntonsa ja aikoi ostaa uuden, uudelle lainalle pankin tarjoama marginaali oli kaksinkertainen vanhaan nähden. Pankit ovat osittain luopuneet asiakaskohtaisista erityishinnoittelusta, alennukseen oikeuttavat vaateet on yhtenäistetty ja kaikille asiakkaille samat. Palvelumaksujen hinnat ovat sidoksissa pankkikilpailuun, mutta peruspalveluhinnoittelu on riippuvainen kohderyhmästään. (Pankkien kisa levisi palveluhintoihin 2007.)

Useat uudet pankit kilpailivat maksuttomuudellaan hakien sillä tavalla vakiintunutta asiakaskuntaa. Nyt nähtävissä on muutos, sillä markkinoissa tapahtuvien muutosten johdosta on siirrytty enenevässä määrin niin kutsuttuihin bonusjärjestelmiin tai kokonaisasiakkuudella saavutettaviin hyötyihin, avainasiakkuuksiin. Kilpailun nähdään kehittyvän tulevaisuudessa asiakkuusohjelmien suuntaan ja pitkäaikaisen lainan korkokilpailun jälkeen pankkien kilpailu on painottunut talletuksiin sekä räätälöityihin palvelupaketteihin ja niiden erityisominaisuuksiin. (Pankkien kisa levisi palveluhintoihin 2007)

#### 4.3 Pankkituotteiden hinnoittelu

Kansainväliset erot pankkipalvelujen hinnoissa etenkin vähittäispankkitoiminnassa ovat yhä huomattavia. Euroopan alueella markkinoiden yhdentyminen sekä sääntelypuitteiden harmonisointi ovat saaneet vauhtia hintarakenteiden yhtenäistymiseen. (Kontkanen, E. 2009, 101.)

Nykyisin hinnoittelu on yksi olennainen osa pankkien markkinointia sekä liiketoiminnan suunnittelua. Lähtökohdan hinnoittelulle kuitenkin antaa markkinoilla ilmevä kysyntä- ja tarjontavoimien huomioiminen. Erityisen piirteen pankkitoiminnan hinnoittelulle antaa siihen olennaisesti liittyvä koronmääritys, joka tuo hinnoitteluun mukaan ympäristössä tapahtuvat muutokset sekä pankkitoiminnan erityispiirteet. Tällöin rahoitusmarkkinoilla muodostuvat markkinakorot määrittävät ja luovat pohjan pankkien luotto- ja talletustuotteiden hinnoille. (Kontkanen, E. 2009, 101.)



Pankin on olennaista tutkia asiakkaidensa maksuvalmiutta sekä selvittää kuinka paljon asiakkaat ovat valmiita maksamaan tietystä määrästä palveluita tai palvelun laadusta. Tällöin asiakastuntemuksen sekä pankin kustannuslaskennan mukaisesti pankit muokkaavat tuotteidensa hintoja. Hinnoittelun perustana toimii kuitenkin pääasiassa pankin oma historiatieto sekä sitä kautta saadut kokemukset ja onnistumiset. Perustaa luo myös saatavilla olevat kilpailijoiden hinnat sekä tuotteista aiheutuvat laskennalliset kustannukset. Näiden tietojen avulla saavutetaan viitekehys tuotteiden hinnanmääritykseen, jolloin onnistuneen hinnoittelun perustana ovat myös toteutuneet arviot asiakkaiden tarpeista ja reaktioista hintamuutoksiin. (Kontkanen, E. 2009, 102.)

Asiakasryhmien käyttämät palveluvalikoimat mutta myös asiakkaiden toistuvasti käyttämät palvelutuotteet poikkeavat usein toisistaan. Monet vanhemmat ihmiset käyttävät yhä maksamassa laskunsa pankeissa, vaikka monesti heille suunnattujen pankkituotteiden mukana tarjotaan maksupalvelun mahdollisuutta sekä suoraveloitusta tai jopa verkkopankkipalveluja. Osalle näistä tuotteista on annettu selkeästi oma hintansa, jolloin osa palveluista on ilman erillistä veloitusta asiakkaan käytössä. Tällöin hinnoittelu perustuu useamman palvelun kokonaishinnoitteluun. (Kontkanen, E. 2009, 102.)

Todellisen hinnan määrittäminen asiakkaan käyttämistä palveluista edellyttää tapauskohtaisesti sovellettavien varainhankinnan, luoton korkojen eli marginaalien sekä varsinaisten palvelumaksujen ja ns. arvopäiväkäytännön huomioonottamista. Tämän takia selkeän kokonaiskuvan saaminen palvelujen hinnoittelusta ei ole helppoa. Yksittäisten pankkipalvelujen hinnoista voidaan saada selkeitä havaintoja, mutta haastavampaa on saada vastaava kuva hintojen kokonaiskehityksestä. (Kontkanen, E. 2009, 102.)

Luottojen hinnoittelussa (kuten korttiluotot ja tiliin liitettävät limitit) pankin on huomioitava asiakkaan luottokelpoisuus, rahamarkkinatilanne sekä asiakkuuden kannattavuus. Pankin on luottoja myönnettäessä huomioitava niistä aiheutuvat kustannukset kuten varainhankinnan kustannukset, vakavaraisuusvaatimuksen oman pääoman tuotto, järjestämättömistä saatavista sekä luottotappiosta aiheutuvat kustannukset ja yleiset pankkitoiminnasta aiheutuvat kustannukset. Asikkaalle muodostuva kokonaishinta rahoituksesta syntyy kokonaiskorosta, joka pitää sisällään valitun viitekoron sekä pankin tästä luotosta perimän marginaalin, tämän lisäksi luoton nostosta ja sen hoidosta aiheutuu maksuja. Palkkioita peritään myös luotolle tehtävistä muutoksista kuten lyhennysvapaan käyttämisestä tai viitekoron vaihdosta. (Kontkanen, E. 2009, 102.)

#### 4.4 Hinnoittelu ja asiakkaat

Hinta on markkinatalouden keskeisin informaation välittäjä ja hinnanasetannan kautta pankki välittää kuvaa kilpailustrategiastaan asiakkaiden tietoisuuteen. Tuotteiden luokittelu kysynnän hintaherkkyiden perusteella kuuluu hinnanasetannan lähtökotiin. Kysynnän reagointia hintojen muutoksiin seurataan pankeissa kokemuksen sekä markkinatutkimusten avulla, jotta hinnoittelua voidaan tarvittaessa muokata sopivammaksi. (Kontkanen E, 2009, 102)

Kun asiakkaalla ei ole selvää kuvaa käyttämiensä palveluiden kokonaishinnasta eikä varsinaisesti vaihtoehtoisia palveluja ole tarjolla, hinnan kehityksellä on suhteellisen vähäinen merkitys asiakkaan palvelujen käyttöön. Kehitys on kuitenkin menossa suuntaan, jossa markkinaolosuhteiden muuttuessa, kilpailun lisääntyessä, hintavaihtelujen lisääntyessä sekä kokemuksen karttuessa hinta- ja korkotietoisuus sekä reagointialttius on kasvanut henkilöasiakkaiden piirissä. Tämä kehityssuunta on lisännyt entisestään hinnoittelun strategista merkitystä. Korkojen jyrkkä lasku vuoden 2008 lopulla on hyvä esimerkki asiakkaiden reagointialttiudesta, jolloin asuntovelalliset kuormittivat asiakasvastuuhenkilöitään viitekoron vaihtamisen puitteissa. Myös paljon uutisoitu euribor-korkojen lasku sai asiakkaat muuttamaan lainan viitekorkona käytetyn pitkän koron lyhyeen sekä tekemään lainalle ylimääräisiä lyhennyksiä, hyötyen alhaisen korkotason vaikutuksesta laina-aikaan. (Kontkanen E, 2009, 102)

Pelkkä palvelumaksujen kuukausihintojen tutkiminen johtaa monesti harhaan laskettaessa kokonaisuutta hinnoissa. Kuukausihinnoittelua käyttämättömät pankit perivät suhteessa kohtalaisen suuria palvelumaksuja muista päivittäisen raha-asioinnin tuotteista. Helsingin Sanomat teetti 2009 pankeille kyselyn pankin perimistä palvelumaksuista, jonka tulokset esitettiin Taloussanomissa. Tuloksien mukaan pankkien perimät palvelumaksut ovat nousussa. Nykyistä nousua ei kuitenkaan nähdä yhtä jyrkkänä kuin menneinä vuosina, jolloin pankkitoiminnan kustannukset nousivat räjähdysnomaisesti ja sen jälkeen laskivat yhtä nopeasti. (Pankit perivät pieniltä tuntuvis- ta palvelumaksuista ison potin, 2009.)

Hinnoittelun suhteen eletään nyt rauhallista nousukautta. Erityisesti luotto- ja pankkikorteista perittävät maksut ovat nousseet useissa pankeissa viimeisen vuoden aikana. Useat pankkiryhmittymät ovat jo nostaneet pankkikorteista perittäviä maksuja ja odotettavissa on muutoksia myös muiden maksukorttien hintoihin. Maksukorttien hinnoittelu on useimmiten jaettu vuosimaksulliseen, kuukausimaksulliseen tai sisällytetty kokonaispaketin hinnoitteluun. (Pankit perivät pieniltä tuntuvista palvelumaksuista ison potin, 2009.)

Pankkien palvelumaksut saattavat näyttää pieniltä, kun ne esitetään vuosihintojen sijaan kuukausihintoina. Tästä johtuen pankkien kilpailuttaminen tehdäänkin lainanhoitokulujen perusteella, jos kilpailuttamiseen ylipääntänsä päädytään. Lainan hoitokulut muodostavat kotitalouksille suurimman kuluerän kuukaudessa. Kuitenkin kotitalouksien tulisi huomioida vuosittaiset kokonaiskustannukset kiinnittäen huomiota myös peruspalveluiden hinnoitteluun. Asiakkaista on tullut hintatietoisempia sekä vaativampia. Asiakkaat haluavat rahoilleen vastinetta, mikä tarkoittaa toiselle henkilölle pankkipalveluiden hakemista pankista, jossa ei peritä peruspalveluista maksua, toinen henkilö taas hakee vastinetta rahoille hyvän palvelun kautta, jolloin hän on valmis maksamaan korkeampaakin palvelumaksua kokiessaan saavansa hyvää palvelua. Osa asiakkaista taas jää passiivisiksi, jolloin he pysyvät pankissa jossa ovat lapsesta asti asioineet, ottaneet asuntolainan sekä jo maksaneet sen pois, vain koska ovat tottuneet asioimaan kyseisessä paikassa. (Suuret menot vai pienet tulot)

Valtaosa asiakkaista ymmärtää, mistä pankkien perimät palvelumaksut rakentuvat vaikka niistä annetaankin satunnaisesti kriittistä palautetta. Verkkopankin sekä automaattien käytöstä peritään palvelumaksuja, jotka johtuvat näiden palvelujen teknisestä ylläpidosta, ohjelmista, ohjelmien kehittämisestä sekä näiden laitteiden uusimisesta. Yhdessä nämä aiheuttavat pankeille jatkuvia kustannuksia myös itsepalvelussa. Itsepalvelun ylläpitämiseen tarvitaan henkilöstöä samoin kuin muuhunkin asiakaspalveluun pankissa. (Pankit perivät pieniltä tuntuvista palvelumaksuista ison potin, 2009.)

Reaalikuluihin nähden on vaikea tarkasti määritellä palvelumaksujen kannattavuutta palvelukohtaisesti. Lähtökohtana voidaan pitää, että peritty palvelumaksu kattaa siitä aiheutuneet kulut, mutta on myös niitä maksuja jotka eivät riitä kattamaan palvelusta aiheutuvaa kuluja. Asiakkaan maksamien palvelumaksujen kannattavuus pankille riippuu asiakkaan kokonaisuudessaan käyttämistä palveluista sekä siitä onko asiakas oikeutettu joko kanta-asiakkuus etuihin tai erityisiin bonusjärjestelmiin. Näitä etu- ja kanta-asiakasjärjestelmiä on eri pankkiryhmittymillä ja edellytykset niihin pääsemiseksi ovat usein varallisuus ja riittävä määrä muuta rahaliikennettä. (Suuret menot vai pienet tulot.)

Pieniasiakkaille pankkien hintavertailun tekee haasteelliseksi pankkien asettamat palvelujen hinnoittelujärjestelmät, jotka määräytyvät mahdollisesta kanta-asiakkuudesta, sen tasosta tai kuulumattomuudesta kanta-asiakkuuden piiriin. Mutta myös iällä on merkitystä. Pieniasiakkaat usein kritisoiivat perittäviä palvelumaksuja omilla tahoillaan, mutta kuitenkin ei synny julkista rakentavaa keskustelua maksujen oikeellisuudesta ja kohtuullisuudesta.

Pienasiakkaiden maksamat palvelumaksut eivät ole kohtuuttoman suuria muihin asiakkaisiin nähden, mutta pankit eivät toisaalta voi katsoa suhteellisuuseroja, sillä pankille aiheutuvat kulut ovat aina samansuuruisia. Jokaisen asiakkaan euro on pankille hyödyllinen, vaikka asiakasta kaksikymmentä prosenttia muodostaa tuotoista kahdeksankymmentä prosenttia. Pankin perimät palvelumaksut saattavat joskus aiheuttaa asiakkuuksien menetyksiä. (Suuret menot vai pienet tulot)

#### 4.5 Hinnoittelu ja kustannuslaskenta

Pankkien liikevaihdosta palvelumaksut muodostavat edelleen hyvin pienen osan, noin yhden kolmasosan. Palvelumaksuista saatavat tuotot ovat olennainen osa tulojen muodostuksessa, sillä palvelut tuottavat pankille eniten kuluja. Kuten edellä on mainittu, palvelumaksuja tarkastetaan vuosittain ja niitä seurataan kuten muitakin liiketoimintaan vaikuttavia tuottoja. Kustannustaso pankkipalveluissa nousee koko ajan, joten korotuksia palvelumaksuissa on odotettavissa myös tulevaisuudessa. (Kontkanen, E 2009, 102.)

Pankkien yleiskustannusten suuruus asettaa haasteita niiden jakamiselle lukuisille palvelutuotteille. Pankin on vaikeaa selvittää tarkasti tuotantokustannusten muodostumista ja siihen vaikuttavat tuotantorakenteen muutokset. Pankeissa kustannuslaskenta nähdään enemminkin sen kannattavuuden analysoinnin sekä sisäisen suunnittelun kuten hinnoittelun apuvälineenä. Pankin asettama hinnoittelu edesauttaa taloudellisen tuloksen saavuttamista, jolloin kokonaistuloksen tavoitteet ohjaavat keskeisesti hinnoittelua ja asetetut tuottotavoitteet ohjaavat kustannusstrategiaa. (Kontkanen, E 2009 102.)

Keskittyessä palveluyrityksen laskentatoimeen on huomioitava, että palveluyrityksen tehtävänä on tuottaa ja myydä palveluja kuluttajille ja toisille yrityksille. Nämä palvelut voidaan jakaa kahteen tyyppiin: palveluihin, jotka kulutetaan palvelun suorittamisen yhteydessä sekä palveluihin, joita on mahdollista hyödyntää pitkän aikaa. Yritykseen sidotun pääoman tarve asiantuntemusta myyvissä palveluyrityksissä on varsin vähäinen. (Jyrkkiö 2008, 80, 85.)

Palveluyrityksen kuten pankkien toiminnan kannattavuuden ratkaisee, saako se tarpeeksi asiakkaita. Tämän takia pankkien kannattavuutta on analysoitava asiakkaittain, asiakasryhmittäin sekä suoritteittain. Pankeille kannattava asiakas on henkilö/yritys, jolla on tilillä huomattava varallisuus ja vähäisesti tilitapahtumia. Vähemmän kannattavaksi asiakkaaksi katsotaan henkilö, jolla on vähän varallisuutta, mutta paljon tilitapahtumia. Vaikka palvelujen osuus kaikesta tuotannosta jatkuvasti kasvaa, ei palveluyrityksen analyyttisessä tuloslaskelmassa ole vakiintuneita tunnuslukuja. Pankeissa

haasteena on erilaisten palvelujen suoritekohtaisten kustannusten laskeminen. Ongelmalliseksi muodostuu myös kustannuksiin perustuva palveluiden hinnoittelu. (Jyrkkiö 2008, 80, 85.)

## 5 PANKKIPALVELUIDEN HINNAN MUUTOS

Tutkimuksen kilpailijavertailuun on otettu Finanssitoiminnan keskusliiton mukaisten tulos- ja tasetietojen perusteella kolme suurinta pankkiryhmittymää. Kolme suurinta ryhmittymää, jotka otettiin vertailuun: OP-pohjola, Nordea sekä Sampo Pankki. Vertailussa käytetyt hintatiedot saatiin pankkien toimipisteistä Lahdesta sekä pankkien verkkosivuilta.

### *OP-Pohjola*

OP-Pohjola on Suomen suurin finanssiryhmä, jonka muodostavat itsenäiset osuuspankit sekä OP-keskus tytär- ja lähiyhteisöineen. OP-Pohjolalla on pankki-, sijoitus sekä vakuutuspalveluja. Asiakkaita on yli neljä miljoonaa joista kolmannes on omistajajäseniä. Suomessa yhteisasiakkaita pankki- ja vakuutustoiminnalla on yli miljoonaa. OP-Pohjola-ryhmän palveluksessa oli vuoden 2008 lopussa miltei 13 000 henkilöä, toimipaikkoja ryhmällä on Suomessa 604 joista pankki- ja vakuutuspalveluja tarjoaa 297 toimipistettä. Pohjola ryhmän tase vuonna 2008 oli 75,7 miljardia euroa. (OP-Pohjola-ryhmä lyhyesti)

### *Nordea*

Nordean markkina-asema lähes kaikilla pohjoismaisilla markkinoilla on ensimmäinen tai toinen. Nordealla on noin kymmenen miljoonaa asiakasta sekä noin 1 400 toimipistettä pohjoismaissa. Henkilöstön määrä on noin 33 000 (henkilötyövuosina ilmoitettuna). Taseen loppusumma vuoden 2009 lopussa oli 488 miljardia euroa. (Tietoja Nordesta)

### *Sampo Pankki*

Sampo Pankki on osa Danske Bank – konsernia, joka on johtavia toimijoita Pohjoismaiden pankkimarkkinoilla. Danske Bankilla on yli viisi miljoonaa henkilöasiakasta ja se työllistää 24 000 työntekijää. Taseeltaan, joka on noin 390 miljardia euroa, on Danske Bank Pohjoismaiden suurin pankki. Suomessa Sampo Pankilla on yli 1,1 miljoonaa henkilöasiakasta sekä yli 100 000 yritys- ja yhteisöasiakasta. (Tietoja Sampo Pankista)

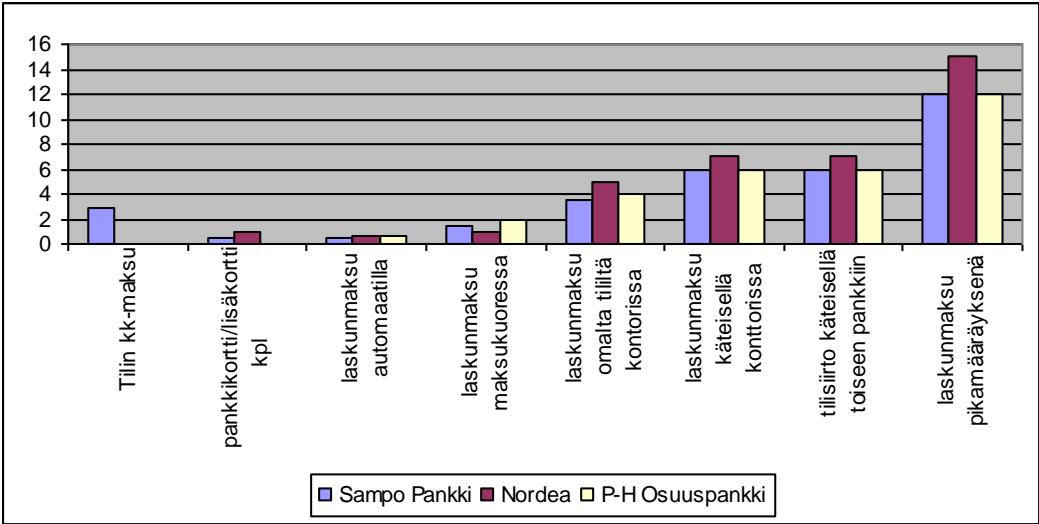
### 5.1 Kilpailijavertailu

Tehdyssä kilpailijavertailussa selvitettiin henkilöasiakkailta perittäviä palvelumaksuja päivittäisten raha-asioinnin hoitamisessa. Vertailuun otettiin vain pankkien listahinnat, jolla suljettiin pois pankkien asiakkailleen tarjoamat erilaiset hinnan alennukset keskittämisestä, kanta-asiakkuudesta sekä bonusjärjestelmät, nuorisoalennukset ja varallisuuden tuomat alennukset. Tämä mahdollisti hintavertailun toteutumisen ja saatujen tulosten luotettavuuden. Peruspankkipalveluiden vertailussa pääryhmät muodostavat laskujen maksaminen, tilinkäyttövälineet sekä tiliotteet ja kuitit.

Hintatutkimuksessa vertailtiin pankkien listahintojen avulla pankin tarjoamien peruspalveluiden hintaa asiakkaalle. Kuvioon viisi otettiin vertailuun laskun maksaminen sekä tilien ja korttien kuukausimaksut. Tästä kuviosta voidaan heti nähdä, että ainoastaan Sampo Pankki perii asiakkailtaan tilinhoitamisesta määritellyn kuukausimaksun. Sampo Pankki perii erillisen hinnan myös tiliin liitetystä kortista, mutta tämän tekee myös Nordea, jonka kortista perittävä maksu on Sampo Pankkia hieman korkeampi.

Kuviosta nähdään myös laskunmaksun eri vaihtoehdot, kun jätetään pois asiakkaan toimiminen itsenäisesti verkkopankissa. Sampo Pankki on edullisin pankki kun asiakas maksaa laskunsa automaatilla, Nordea puolestaan kun asiakas hoitaa laskun maksamisen maksukuorella. Yleisesti ottaen asiakkaan asioidessa pankissa hinnat ovat huomattavasi suuremmat verrattuna automaatilla tai maksukuorella maksamiseen. Tarkemmin konttorilla asiointia tarkasteltaessa on Sampo Pankin asiakkaille laskun maksaminen omalta tililtä konttorilla edullisinta verrattuna kilpailijoihin. Vaikka erot ovat pieniä, muodostuu niistä toistuvasti käytettynä suuria summia. Kuvion perusteella voidaan todeta myös, että Nordea perii Sampo Pankkia ja POP:ia korkeamman hinnan asiakkaan maksaessa laskun käteisellä konttorilla tai tehdessään pikasiirron toiseen pankkiin.

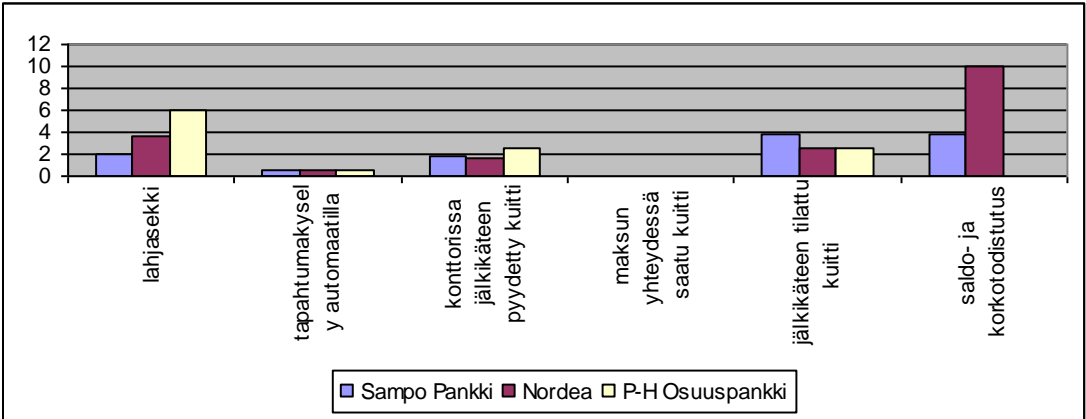
Kokonaisuutta katsoen, kuviosta 5 nähdään, että Nordea perii näistä peruspankkipalveluista kilpailijoitaan korkeamman hinnan. Hint erot palveluissa pankkien välillä ovat kuitenkin pieniä, mutta olennaisimpana erona voitaisiin sanoa olevan Sampo Pankin perimät kuukausimaksut tileistä ja Nordean kohtalaisen suuri, 3 euron ero pikamääräyksen hinnassa verrattuna kilpailijoihinsa. Tosin Sampo Pankin edullisemat hinnat laskun maksamisessa voidaan selittää juuri tilinhoidosta perittävästä kuukausimaksusta. Kuitenkin jokainen vertailussa oleva pankki perii asiakkaalta maksun laskun maksamisesta automaatilla, maksukuorella sekä asioimalla konttorilla.



KUVIO 5. Pankkien perimät palvelumaksut laskun maksamisesta sekä tileistä ja kortteista.

Seuraavassa kuviossa on esitetty pankkien perimät hinnat lahjasekeistä, tapahtum tiedustelusta, kuiteista sekä saldo- ja korkotodistuksista. POP:n hintatiedoista ei ollut saatavissa saldo- ja korkotodistuksen hintaa, mutta vertailussa on nähtävissä kuitenkin huomattava ero Nordean ja Sampo Pankin välillä. Seuraava huomiota herättävä hinnoittelueronähdään lahjasekeissä, jossa kalleimmaksi asettajaksi osoittautuu POP. Asiakkaan laskun maksun yhteydessä saaduista kuiteista ei peritä erillistä maksua missään pankissa, mutta asiakkaan konttorista jälkikäteen pyytämästä kuitista peritään maksu. Jälkikäteen konttorista pyydetty kuitti on kallein POP:in asiakkaille. Postitse asiakkaalle toimitettava kuittikopio on hinnoiteltu erikseen ja sen tilaaminen on kalleinta Sampo Pankin asiakkaille.

Kuviosta on haastavampaa nähdä mikä pankki on korkeimmin hinnoitellut tässä tarkastellut palvelut, etenkin kun verrataan saatuja tuloksia edellisestä kuviosta saatuihin tuloksiin. Kuitenkin voidaan sanoa, että Päijät-Hämeen Osuuspankki perii kilpailijoi taan kovemman hinnan erinäisistä kuiteista sekä lahjasekin asettamisesta.



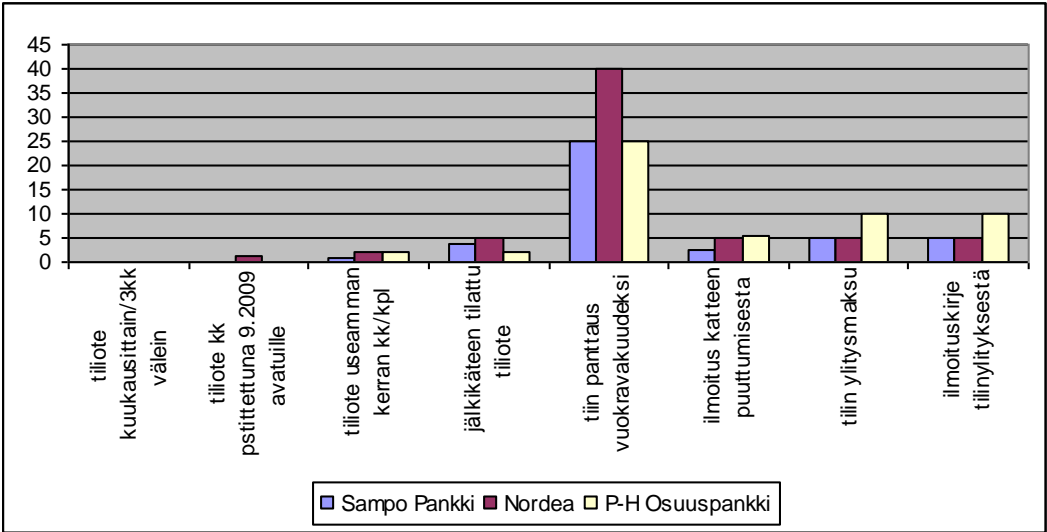
KUVIO 6. Pankkien perimät palvelumaksut kuiteista, tapahtumakyselyistä sekä lahjasekeistä.

Kuviossa 7 nähdään tiliotteet, vuokravakuuspanntaus sekä tilin ylitys. Uuden maksulain voimaantulon johdosta kaikilla pankeilla on velvollisuus lähettää asiakkaalle kuukausittainen tiliote käyttötilistä, saman lain johdosta ovat pankit luopuneet pankkikirja käytännöstä, sillä siihen merkittävät tiedot eivät vastaa lainmukaista tiedotusvelvollisuutta. Vain Nordea perii maksun kuukausittain lähetettävästä tiliotteesta syyskuun 2009 jälkeen avatuille tileille. Sampo Pankissa kuukausittainen tiliote kuuluu käyttötilin kuukausimaksuun. Kuitenkin jokainen pankki perii jälkikäteen tilatusta tiliotteesta maksun. Jälkikäteen tilatulla tiliotteella tarkoitetaan jo kerran asiakkaalle toimitetun tiliotteen uudelleen tilausta. Tämä jälkitilaaminen on edullisinta POP:ssa ja korkeimman hinnan veloittaa Nordea Pankki.

Suurimman palvelumaksun kaikki pankit perivät vuokravakuustilin panttauksesta. Siitä veloitettavassa hinnassa voidaan nähdä selkeät pankkikohtaiset erot. Saman maksun veloittaa Sampo Pankki sekä Päijät-Hämeen Osuuspankki. Nordea Pankki veloittaa miltei kaksi kertaa suuremman summan. Vuokravakuuspanntaussitoumuksen tekemistä edellyttää vuokranvälitysfirmojen kautta asuntojaan vuokraavat yksityishenkilöt tai yritykset. Tällöin pantattavalle tilille talletetaan normaalisti kahden kuukauden vuokraa vastaava summa, jota vuokralainen ei voi lunastaa ennen kuin vuokrasopimus on päättynyt ja vuokranantaja luopuu kuittausoikeudestaan.

Myös asiakkaan tilinylityksestä peritään kaikissa pankeissa maksu. Esimerkiksi asiakkaan maksupalveluun laittamaa laskua ei voida maksaa tililtä, jos tilillä ei ole tarpeeksi katetta. Tällöin pankki lähettää asiakkaalle ilmoituksen katteen puuttumisesta, josta korkeimman hinnan perii POP ja pienimmän Sampo Pankki. Hintaero kalleimman ja edullisimman välillä on kohtalaisen suuri, kolme euroa. Jos asiakas ylittää tilinsä itse, esimerkiksi pankkikortilla, lähtee hänelle muistutuskirje tilinylityksestä. Tästä muistutuskirjeen lähettämisestä Sampo Pankki ja Nordea Pankki perivät saman maksun, viisi euroa, mutta poikkeuksellisesti POP perii kymmenen euroa, joka on kaksi kertaa suurempi.





KUVIO 7. Pankkien perimät palvelumaksut tiliotteista, katteen puuttumisesta sekä vuokravakuuspanttauksesta.

Pankkien perimiä palvelumaksuja voidaan kuitenkin pitää kohtuullisina. Vaikka pankkiasioden hoitaminen siirtyy yhä enemmän asiakkaan itse hoidettavaksi, eivät maksuautomaatit ole pankeille ilmaisia sillä näiden koneiden ylläpitäminen maksaa. Pankit ovatkin joutuneet hakemaan kohtuullisuutta hinnoittelussaan. Asiakasryhmät ja hinnat ovat kaikkien pankkien puolesta otettu hyvin huomioon. Hinnoittelussa, kuten muussakin pankkitoiminnassa voitaisiin sanoa että mitä suurempi pankki, sitä suurempi kohu. Tällä tarkoitetaan sitä, että mitä suurempi ja asiakaskunnaltaan laajempi pankki muuttaa hinnastoaan, sitä laajemmassa määrin asiakasneuvontatoimistoon otetaan yhteyttä. Se tarkoittaa sitä, että pankkialan asiakasneuvontatoimistoon otetaan kuluttajaneuvontaa useammin yhteyttä juuri palvelumaksuja koskevissa asioissa. Näissä tapauksissa ihmisiä askarruttaa yhteyttä ottaessaan pääsääntöisesti pankin oikeudet ja velvollisuudet, jolloin tiedustellaan onko pankilla yksipuolisesti oikeus muuttaa hintoja.

Pankkien palvelumaksut johdattavat suoraan suomalaisuuden ytimeen. Vaikka pankkien perimiin palvelumaksuihin ei oltaisikaan tyytyväisiä, niin harva ottaa asiakseen valittaa mahdollisista epäkohdista joko suoraan pankkiin tai kuluttajaneuvojalle.

Saatujen peruspankkipalveluiden hintoja vertaamalla ja niistä laskettujen keskiarvojen mukaan korkeimmat palvelumaksut listahintojen mukaan perii Nordea Pankki ja pienimmät maksut Sampo Pankki.

5.2 Siirtyminen kokonaishinnoitteluun

Tutkimuksessa verrattaessa yksittäis- ja kokonaishinnoiteltujen asiakkaiden maksama hintaa peruspankkipalveluistaan, keskitytään pankin olemassa oleviin asiakkaisiin, joilla on aktiivinen asiakkuus. Aktiivisella asiakkuudella tarkoitetaan asiakkaita,

joiden toistuvaissuoritukset tulevat pankissa olevalle tilille, ja tilin käyttöön on jokin maksukortti sekä verkkopankkitunnukset. Tutkimus toteutetaan tilastollisena tutkimuksena, jolloin sen avulla selvitetään lukumäärin tutkittavassa ilmiössä tapahtuneita muutoksia. Tutkimus toteutetaan pankkikonsernin yhdessä toimipisteessä Päijät-Hämeessä. Jokaisella pankkiryhmittymän toimipisteellä on eri määrä asiakkaita, joten tämä tutkimus pohjautuu vain yhteen Päijät-Hämeessä toimivan yksikön raportteihin. Saatu tulos koskee näin ollen edustavasti vain tätä yksikköä mutta voi yleisellä tasolla olla suuntaa antava muillakin toimintapisteillä. Toimipiste, missä tutkimus toteutetaan, on yksi suurimmista konsernin toimipisteistä Suomessa, joten se edustaa hyvin koko joukkoa.

Tutkimukseen kerätään aineisto tietokannasta, josta on mahdollista saada eriteltynä yksittäis ja kokonaishinnoitellut asiakkaat, ja näistä pystytään sitten löytämään asiakkaat joilla oli aktiivinen asiakkuus. Tietokannasta saadaan myös tieto mitä tuotteita asiakkaalla oli aiemmin käytössään, ennen siirtymistä kokonaishinnoitteluun. Näistä tiedoista saadaan otettua otannat suhteessa kokonaismäärään. Tutkimuksen validiteetti varmistetaan etukäteen huolellisella suunnittelulla, sekä tarkkaan harkitulla tiedonkeruulla. Perusjoukkojen tarkka määrittely, ja edustavan otoksen saaminen edesauttavat validin tutkimuksen toteutumista. Mitattavat käsitteet, eli kokonaishinnoitellut ja yksittäishinnoitellut asiakkaat määritellään tarkoin jo alkuvaiheessa, sillä validiuden tarkasteleminen jälkikäteen olisi haastavaa. Tällöin pystytään huomioimaan myös reliabiliteetti, joka tarkoittaa sitä, että tulosten tarkkuus on sellainen, että uudelleen toteutettava vastaava tutkimus tuottaisi saman lopputuloksen. Sattumanvaraisuuden vaikutus eliminoidaan tutkimuksesta käyttämällä tarpeeksi suurta otoskokoja.

Otantatutkimus soveltuu tehtävään tutkimukseen parhaiten, sillä perusjoukko, kaikki toimiyksikön henkilöasiakkaat, on suuri ja sen käsittely kokonaisuudessaan veisi liian paljon aikaa, eikä homogeenisyytensä takia olisi tarpeellista tehdä. Otokset perusjoukosta vastaavat tällöin hyvin tutkittavien ominaisuuksiensa suhteen perusjoukkoa, jolla varmistetaan, että arvioitaessa otoksesta laskettuja keskiarvoja päästään lähelle perusjoukon arvoja. Tutkimuksessa käytetään kahta perusjoukkoa, joista molemmista on saatavilla kattava rekisteri. Molemmista perusjoukosta tehdään otannat sattumanvaraisesti, jolloin mahdollistetaan harhattomien tulosten saamisen ja otantavirheiden mittaaminen. Otoksista saadaan tämän lisäksi historiatietoa, jolla pystytään selvittämään asiakkaalla käytössä olevien palvelutuotteiden määrässä tapahtunut muutos. Otantasuhteena käytetään otoskoon jakoa perusjoukon kokoon. Otanta toteutetaan systemaattisena eli tasavälisenä otantana, jolloin perusjoukoista poimitaan tasaisin välein (joka neljäs) otokseen.

Otannan edellytyksenä on, että perusjoukot ovat tutkittavien ominaisuuksien suhteen sattumanvaraisessa järjestyksessä, kuten aakkosjärjestyksessä. Ensin lasketaan poi-

mintaväli; perusjoukon koko jaettuna otoskoolla ja tämä pyöristetään kokonaisluvuksi. Ensimmäinen yksikkö valitaan arpomalla se poimintavälistä ja sen jälkeen edetään systemaattisesti. Karkeiden erojen selvittämiseen riittäisi pieni aineisto, mutta kun halutaan varmempia tuloksia, on otoksesta toteutettava suurempi otos, jolla varmistetaan pätevyys sekä pienennetään virhemarginaalia. Kokonaishinnoiteltujen asiakkaiden perusjoukossa on kaksi eri kokonaishinnoittelu kokonaisuutta, joista otetaan vastaavat määrät satunnaisotantoja, jolla varmistetaan pätevyyttä ja minimoidaan virhemarginaalia.

Yhden pankkikonsernin omistajuussuhteiden muutoksen yhteydessä pankin päivittäisen raha-asioinnin hoitamiseen tarkoitettut tuotteet muuttuivat, jolloin pankissa otettiin yksittäishinnoiteltujen tuotteiden hinnoittelun tilalle kokonaishinnoittelu. Rinnalla kulkee yhä yksittäishinnoitellut tuotteet, mutta niitä ei enää myydä asiakkaille. Tämä muutos tarkoittaa sitä, että kokonaishinnoitelluissa tuotteissa asiakas maksaa vain yhden kiinteän kuukausimaksun kaikista hänen käytössään olevista tileistä ja korteista, mukaan lukien luottokortit ja niiden vuosimaksut. Tällöin asiakashyötynä voidaan nähdä selkeä ja läpinäkyvä hinnoittelu, jossa kaikki asiakkaan tarvitsemat palvelut ovat saman kuukausimaksun alla.

Kuitenkin erilliset palvelumaksut, maksut joita käsiteltiin listahintoihin perustuvassa kilpailijavertailussa, ovat yhä käytössä vaikka on siirrytty kokonaishinnoitteluun. Nii- tä ei sen vuoksi käsitellä tutkimuksessa koskien yksittäishinnoittelun ja kokonaishinnoittelun eroa. Näistä erillisenä perittävistä palvelumaksuista on kuitenkin mahdollis- ta saada alennusta kokonaishinnoittelu kokonaisuuden myötä.

Kokonaishinnoittelussa on huomioitava asiakkaan käyttämät palvelut ja tarpeet. Hyö- tyinä kokonaishinnoitteluun siirtymisessä voidaan nähdä luottokortin vuosimaksun pois jääminen, joka muuten määräytyisi asiakkaalla olevan luottolimitin mukaan. Asiakkaalle, joka säästää aktiivisesti, kokonaishinnoittelu mahdollistaa paremman korkoprosentin tilisäästämiseen sekä rahastoihin säästävälle prosentuaalisen hyödyn merkintäpalkkioista. Asiakkaalla voi kokonaishinnoittelun myötä olla useampi mak- sukortti käytössään ilman erillisiä maksuja, ja hän saa hoitaa pankissa asioidessaan laskun maksamisen veloituksetta. Maksupalvelua käyttävä asiakas saa helpotusta maksukuorista perittävistä maksuista, kuten myös itsepalveluautomaatilla toimies- saan. Yksi kokonaishinnoittelukokonaisuus tarjoaa asiakkaalle, luottokortilla matkan maksaessaan, myös matkavakuutuksen. Näitä kokonaishinnoiteltuja kokonaisratkaisu- ja on tarjolla useita erilaisia ja niistä asiakas voi etsiä itselleen parhaiten soveltuvan vaihtoehdon.

Kokonaishinnoittelun vertaaminen yksittäishinnoitteluun on kuitenkin haasteellista pankin näkökulmasta, sillä kuukausikohtaiset tuotot asiakkaasta pankille ovat riippu-

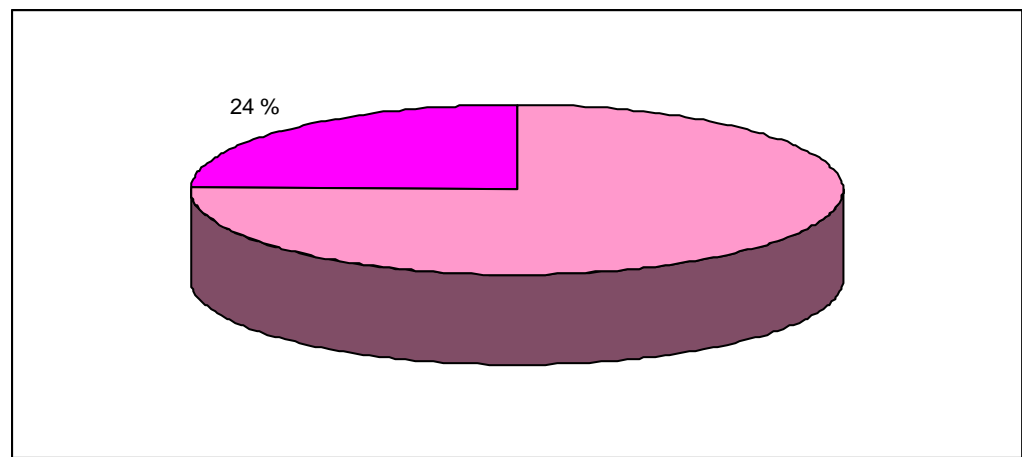
vaisia asiakkaan käyttäytymisestä. Tutkimuksena asiakaskohtaisen tuoton selvittämiseen olisi ollut haastavaa, joten hinnoittelun yleisperiaatteita hyödyntäen tässä tutkimuksessa päädyttiin tutkimaan sitä, kuinka paljon kokonaishinnoitteluun siirtyminen vaikuttaa asiakkaaseen ja hänen maksamaansa hintaan peruspankkipalveluista. Tutkimuksessa pyritään selvittämään maksaako asiakas nyt enemmän vai vähemmän käyttämistään palveluista, ja onko kokonaishinnoitteluun siirtyminen saanut asiakkaan ottamaan käyttöönsä aiempaa enemmän tuotteita vai luopuiko asiakas joistain palveluistaan.

5.3 Tutkimuksen tulokset

Tutkimus toteutettiin käsittelemällä yhden henkilöasiakasvastuuhenkilön asiakassalkkua tutkimukseen valitussa toimipisteessä. Tutkimuksesta rajattiin pois yritysasiakasvastuuhenkilöt sekä heidän salkkunsä. Tutkimukseen valitussa toimipisteessä on 17 henkilöasiakkaasta vastaavaa asiakasvastuuhenkilöä, joiden asiakassalkut ovat suurin piirtein samankokoisia. Tutkimuksessa käytetyn työvälineen kautta käsiteltiin työtä tehtäessä 454 asiakasta, joista osa (noin puolet asiakkaista) oli vaihtanut yksittäishinnoitelluista tuotteista kokonaishinnoiteltuihin kokonaisuuksiin, ja loppu osa käytti yhä yksittäishinnoiteltuja tuotteita.

Tutkimuksessa huomioitiin vain asiakkaalle kuukausittain aiheutuvat ylläpitokulut palvelutuotteista. Palvelutuotteet olivat käyttelytili sekä tiliin liitetyt maksukortit. Tämän rajauksen takia tutkimuksesta jäi pois kilpailijavertailussa käsitellyt palvelumaksut, kuten laskun maksaminen automaatilla tai tiliotteen uudelleen tilaukset. Tällä rajauksella varmistettiin kokonaisotantaan otetun salkun soveltuvuus tutkimukseen.

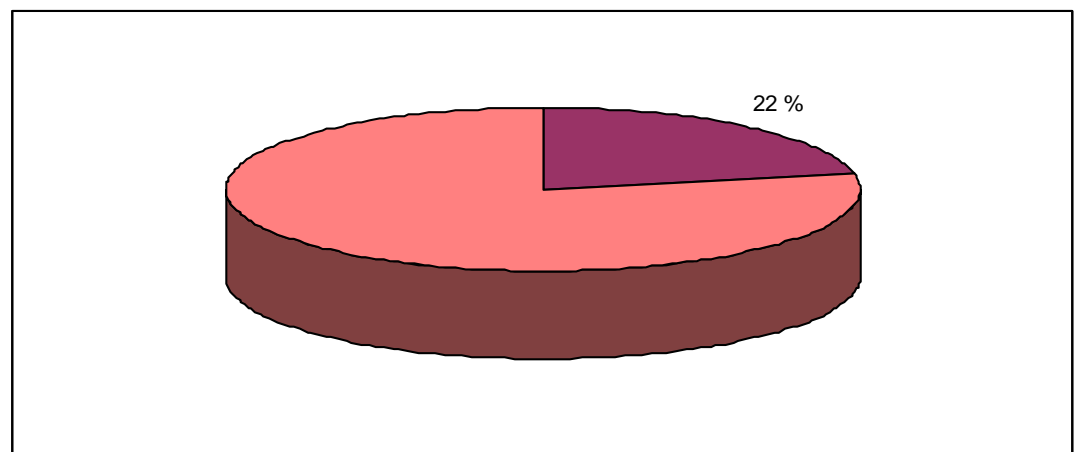
Tutkimuksen pohjaksi valitussa salkussa oli tutkimuksen tekemisen aikaan, eli maaliskuussa 2010 yhteensä 454 asiakasta, joista yksittäishinnoiteltujen tuotteiden omaavia asiakkaita 226 ja kokonaishinnoiteltuja asiakkaita 228. Alle 26-vuotiaille tarjotut, niin yksittäis- kuin kokonaishinnoitellut tuotteet ovat aina veloituksettomia, joten myös heidät rajattiin pois tästä tutkimuksesta. Alle 26-vuotiaiden rajaaminen pois tutkimuksesta pienensi kokonaisotantaa 23 asiakkaalla, jättäen tutkimukseen 431 asiakasta, joista kokonaishinnoiteltuja asiakkaita oli 205 ja yksittäishinnoiteltuja asiakkaita 228.



KUVIO 8. Otannan edustavuus yksittäishinnoitelluista asiakkaista.

Tutkimukseen otetuista 205 yksittäishinnoitellusta asiakkaasta otettiin satunnaisotantana 50 asiakasta, jotka edustavat 22 % kokonaisjoukosta. Osuus on havainnollistettu

kuviossa 9:n. Vastaava satunnaisotanta tehtiin 228 kokonaishinnoitelluista asiakkaasta, joka edusti 24 % kokonaishinnoiteltujen kokonaisjoukkoa, jota havainnoistaa kuvio 8. Satunnaisotannat olivat määrällisesti kokonaisjoukkoaan edustavia, määrällisesti otoskoot vastasivat miltei yhtä neljäsosaa kokonaisjoukosta, sekä joukko oli hyvin homogeeninen. Otantojen tuloksia voidaan tämä perusteella pitää luotettavuuden puitteissa vertailukelpoisina ja suuntaa antavina.



KUVIO 9. Otannan edustavuus kokonaishinnoitelluista asiakkaista.

Asiakkaiden käytössä olevat tuotteet ovat pääasiassa yksi käyttelytili, johon on liitettynä maksukortti kuten pankkikortti, visa electron, yhdistelmämuotoinen luottokortti tai erillinen luottokortti. Näiden tuotteiden hinnoittelussa on ero yksittäis- ja kokonaishinnoiteltujen asiakkaiden välillä. Pankkikonsernissa tapahtuneen muutoksen jälkeen pankki alkoi myydä ainoastaan kokonaishinnoiteltuja kokonaisratkaisuja asiakkailleen sekä tarjoamaan aktiivisesti vanhoille asiakkailleen vaihtoehtoa siirtyä kokonaishinnoitteluun. Pankki perustelee vaihdon kannattavuutta asiakkaalle juuri hinnoitteluun peilaten.

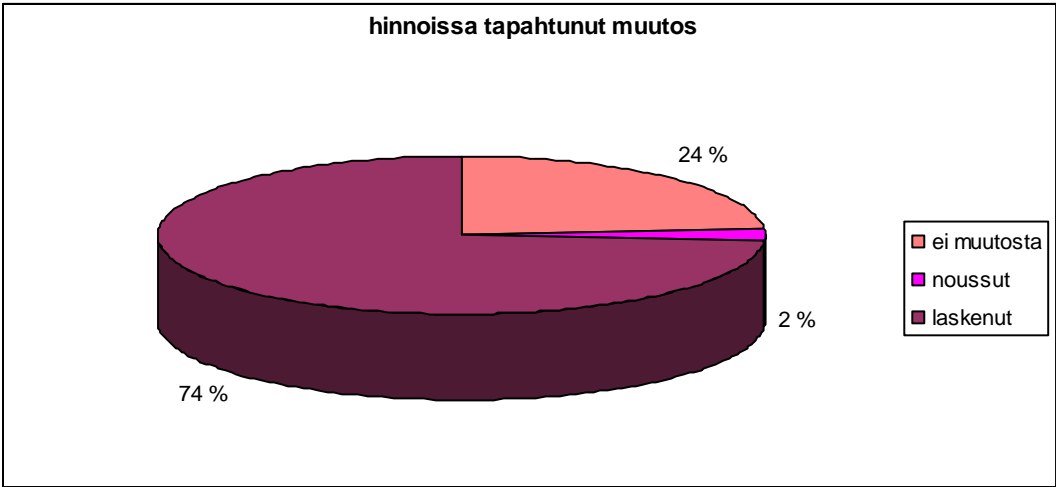
Peruspankkipalveluiden yksittäishinnoittelu muodostuu yksittäisestä tuotteesta perittävästä maksusta. Liitteessä 2 ja 3 on esitelty tarkka lista tutkimuksessa käytetyistä palveluhinnoista. Asiakkaalla oleva käyttötilipaketti maksaa hänelle kuukausittain 2,90, sekä tähän käyttötiliin liitettävä maksukortin tuo lisämaksua 0,50 euroa. Jos asiakkaalla on käytössään yhdistelmämuotoinen luottokortti, ei kortista peritä erillistä kuukusimaksua (0,50 euroa), vaan tällöin asiakas maksaa luottokortista erillisen vuosimaksun. Asiakkaalta perittävän vuosimaksun määrä määräytyy myönnetystä luottorajasta/ luottolimiitistä. Vuosimaksu on 2 % -ia limiitin määrästä. Esimerkiksi jos asiakkaan luottoraja olisi 2000 euroa, hän maksaisi siitä 40 euron vuosimaksun. Kun asiakas haluaisi tietää kuinka paljon hän todellisuudessa maksaa käytössään olevista tuotteista kuukausitasolla, tulisi tämä vuosimaksu jakaa kuukausisummaksi. Tällöin saadaan luottokortin kuukausikohtaiseksi kuluksi 3,33 euroa. Kun tämä hinta lisätään asiakkaan kuukausittain maksamaan hintaan tilistään, saadaan kokonaiskuluksi 6,23 euroa.

Joka tapauksessa perusmaksu kaikilla yksittäishinnoitellulla asiakkailla on 2,90 euroa. Jos asiakkaalla on käytössään vielä tiliin liitettävä maksuväline, kuten pankkikortti, on kuukausikohtainen kulu asiakkaalle 3,40 euroa. Esimerkiksi kun asiakkaan normaalin käyttelytilin kuukausimaksuun liitetään tämä tavallisesta maksukortista aiheutuva kulu, sekä yhdistelmäkortista, jonka luottoraja 2000 euroa, saadaan todelliseksi kuukausimaksuksi 6,73 euroa. Toinen hyvin yleinen esimerkki yksittäishinnoitellusta asiakkaasta on, että hänellä käyttötilipaketti, johon on liitettynä maksuvälineenä vain yhdistelmäkortti. Tällöin asiakkaan maksamasta kuukausimaksusta jää pois erillisen pankkikortin kuukausimaksu 0,50 euroa. Kuitenkin, kun vuosimaksu määräytyy asiakkaan luottolimiitin mukaan, tulee kuukausikohtainen maksu luottokortista suhteellisen korkeaksi. Esimerkiksi luottorajan ollessa 1800 euroa vuosimaksu on 36 euroa, joka kuukaudessa teki 3 euroa. Eli kuukausikohtainen kulu on asiakkaalle 5,90eur.

Luottokortti on asiakkaalle hyödyllinen väline varautua odottamattomien menojen kattamiseen. Asiakkaille, jotka matkustavat työnsä puolesta tai vapaa-ajallaan paljon on luottokortti ollut miltei välttämätön tuote. Nykyisin maksukorttien kehittyttyä ja yhteiseen maksualueeseen liittymisen jälkeen on luottokortista tullut hieman toissijaisempi tuote. Useat asiakkaat näin ollen pitävät luottokorttia, mutta he eivät käytä sitä aktiivisesti, joka taas tuo kysymyksen vuosimaksun perimisen asiakaalta asiakkaan näkökulmasta turhana ja aiheettomana, mutta pankin näkökulmasta tämä ja kaikki muut yhteen lasketut vakuudettomat luotot vaikuttavat sen taseeseen.

Tarkasteltaessa asiakkaita, jotka olivat siirtyneet kokonaishinnoiteltuihin tuotteisiin, selvisi, että asiakkaiden käyttämissä palveluissa ei ollut juurikaan tapahtunut muutoksia. Näistä 50 tutkitusta asiakkaasta vain yksi asiakas oli nostanut korttinsa luottorajaa tuhannella eurolla, toinen taas vastaavasti oli luopunut luottokortistaan kokonaan siirtyessään yksittäishinnoittelusta kokonaishinnoitteluun. Eli muutosprosentti oli hyvin pieni, 4 % -ia.

Yleisesti ottaen voidaan sanoa, että pankkien kiristynyt luotonmyöntö ja taantuma ovat osaltaan vaikuttaneet näihin muutoksiin. Luottokorttien luottorajoja ei pankin toimesta lähdetä mieluusti nostamaan, sillä ne ovat vakuudetonta luottoa ja pankille riskillisempää luototusta kuin vakuudelliset luotot. Myös asiakkaan käytössä olevat vakuudettomien luottojen määrät vaikuttavat asiakkaalle jatkossa myönnettävän luoton limiittiä, ja asiakkaan kokonaan käyttämä luottolimiitti vaikuttaa olennaisesti asiakkaan maksukykyyn. Tosin nykyisin asiakkaatkin harkitsevat hyvin tarkkaan luottokorttinsa limiittimääriä. Tutkimukseen otettujen otantojen niin kokonais- kuin yksittäishinnoitelluista asiakkaista teki yhteensä sata asiakasta. Näillä asiakkailla korttien luottorajat liikkuvat 800–8000, ja keskimääräiseksi luottorajaksi saatiin sen mukaan 3149 euroa.



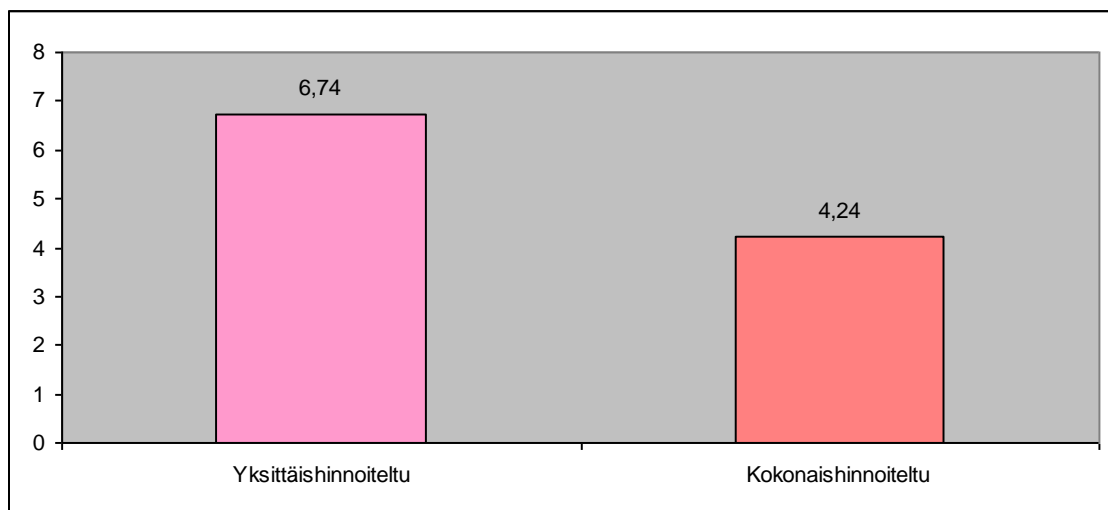
K

UVIO 10. Yksittäishinnoittelusta kokonaishinnoitteluun siirtyneiden asiakkaiden maksaman kuukausihinnan muutos.

Verrattaessa kokonaishinnoitteluun siirtyneiden asiakkaiden kuukausimaksuja tilanteeseen, jossa heillä oli yksittäishinnoitellut tuotteet käytössä voidaan sanoa, että näiden asiakkaiden kuukausikohtaiset kulut käyttelytileistä, sekä niihin liitetyistä korteista, mukaan lukien yhdistelmä- ja erilliset luottokortit, ovat pienentyneet. Kuviossa 10 on esitetty prosenttijakaumana kokonaishinnoitteluun siirtyneiden asiakkaiden kuukausimaksussa tapahtunut muutos, jopa 74 % asiakkaalla on kuukausimaksu laskenut ja vain 2 %:lla viidestäkymmenestä asiakkaasta on kuukausimaksu noussut.

Esimerkki tilanteessa, jossa asiakkaalla on ollut aiemmin käytössään käyttelytili (2,90 euroa), siihen liitetty pankkikortti (0,50 euroa), sekä lisäksi ulkomaan matkoja varten yhdistelmä luottokortti 3000 euron limiitillä (vuosimaksu 60 euroa), asiakas maksoi kuukaudessa näistä palveluista yhteensä 8,40 euroa. Tämän asiakkaan siirryttyä kokonaishinnoitteluun, niin, että hänelle jäi yhä käyttöön yhdistelmämuotoinen, samalla 3000 euron luottokortti sekä tavalliseksi maksukortiksi pankkikortti, hänen maksama kuukausikohtainen kulunsa pieneni. Nyt kokonaisratkaisun myötä asiakas maksaa samoista palveluista kuukausittain 5,40 euroa, eikä erillistä luottokortin vuosimaksua veloiteta. Säästöön asiakkaalle jää vaihdoksen johdosta joka kuukausi 3 euroa.





KUVIO 11. Keskimääräinen yksittäishinnoitellun ja kokonaishinnoitellun asiakkaan maksama kuukausimaksu.

Kokonaishinnoitteluun siirtyneistä asiakkaista muutama muutti yhdistelmä korttinsa kahteen erilliseen korttiin. Asiakas otti käyttöönsä pankkikortin ja erillisen luottokortin, mutta luottoraja pysyi yhä samana. Esimerkiksi, kun tämä luottoraja oli 1800, asiakas maksoi aiemmin palveluistaan kuukausittain 5,90 euroa. Nyt kokonaishinnoitteluun siirtymisen jälkeen asiakas maksaa vain 3,40 näistä samoista tuotteista. Erotuksena saadaan kokonaishinnoitteluun siirtymisen säästöä asiakkaalle 2,50 euroa kuukaudessa.

Yleisesti otannan kautta tutkimukseen otettujen asiakkaiden kuukausikohtaisia hintoja käsiteltäessä voidaan nähdä, että muutoksen suuruus hinnassa on ollut olennainen. Kuvio 11 nähdään keskimääräinen yksittäishinnoitellun asiakkaan maksama kuukausihinta, 6,74 euroa ja kokonaishinnoitellun asiakkaan vastaava maksu on 4,24 euroa. Näin ollen erotus kuukausimaksuissa on 2,50 euroa. Kun nämä pienet summat muutetaan asiakkaan vuositasolla maksamaksi kuluksi, nähdään, että ne muodostavatkin huomattavan suuren yhteissumman. Asiakas, jonka aiemmat kuukausimaksut ovat olleet juuri tuo edellä esitetty 8,40 euroa tekee se vuositasolla asiakkaalle maksettavaksi jo yli sata euroa. Kun tähän verrataan kokonaishinnoittelusta aiheutuvaa (5,40) vuositason kulua, eli noin 65 euroa, nähdäänkin jo huomattavasti suurempi ero (36 euroa).

Tutkimuksen tuloksien perusteella tämän pankin asiakkaille kannattavampi vaihtoehto olisi siirtyä kokonaishinnoitteluun, jos heillä on käytössään useampia maksukortteja tai heillä on luottokortti. Kokonaishinnoitteluun siirtyminen asiakkaille, jotka eivät tarvitse luottokorttia tai useampia maksukortteja vain valinta kysymys, sillä kuukausimaksu peruspankkipalveluista on sama niin yksittäis- kuin kokonaishinnoitteluna.

## 6 YHTEENVETO

Tässä opinnäytetyössä käsiteltiin Suomalaisten pankkien henkilöasiakkaiden peruspankkipalveluiden hinnoittelua, rajaten pois yritysasiakkaat sekä alle 26-vuotiaat. Työn tavoitteena oli selvittää, eroavatko peruspankkipalveluihin kuuluvat palvelut hinnoittelultaan eri pankkien välillä. Päättökimuksessa selvitettiin vaikuttiko yhden pankkiryhmittymän siirtyminen yksitähinnoitelluista tuotteista kokonaishinnoiteltuihin tuotteisiin asiakkaiden maksamaan hintaan.

Tutkimuksen teoriaosuus koottiin kirjallisista lähteistä, jota käsittelivät pankkitoimintaa ja erityisesti finanssialaa. Tämän lisäksi lähteinä käytettiin useita lehtiartikkeleja, sekä internet lähteitä. Teoriaosuudessa käsiteltiin pankkitoiminnan historiaa, sen nykytilannetta sekä tulevaisuutta. Teoriaosuudessa käsiteltiin tämän lisäksi asiakkaan ostoprosessiin vaikuttavia tekijöitä finanssimarkkinoilla, sekä asiakkaan ostoprosessia. Näiden käsiteltyjen aiheiden kautta teoriaosuuden pääpaino oli hinnoittelussa ja siihen vaikuttavissa tekijöissä.

Työn empiirinen osuus pohjautui pankkikonsernin toimipisteessä tehtyyn kvantitatiiviseen otantatutkimukseen, joka toteutettiin keväällä 2010. Otannassa käsiteltiin yhden asiakasvastuuhenkilön asiakassalkkua, josta otannat tehtiin. Kilpailijavertailuun kerättiin aineisto pankkien verkkosivuilta, pankkien toimipisteistä sekä verkkosivuilta.

Työn tavoitteena oli selvittää, vaikuttiko asiakkaan siirtyminen peruspankkipalveluiden yksittäishinnoittelusta kokonaishinnoitteluun selkeästi asiakkaan maksamaan kuukausittaiseen hintaan kyseisistä palveluista, sekä eroavatko peruspankkipalveluiden hinnoittelu, ja asiakkaiden näistä palveluista maksama hinta eri pankkiryhmittymien välillä. Selvittämällä hinnoittelun ja kustannusten taustalla olevat periaatteet ja teoria, pystyttiin määrittelemään niitä seikkoja, jotka vaikuttivat olennaisesti pankkipalveluiden hinnoitteluun.

Tutkimustulosten perusteella voidaan todeta, että peruspankkipalveluiden hinnoittelussa ei ole huomattavaa eroa eri pankkiryhmittymien välillä kun käsitellään listahintoja. Teoriaosuuden tuoman informaation avulla saatiin selvitettyä miksi tutkimuksen kilpailijavertailussa käsitelty listahinnat erosivat suhteellisen vähän eri pankkiryhmittymien välillä. Saatujen tulosten perusteella peruspankkipalveluiden palveluista perii suurimman hinnan Nordea Pankki, edullisimmin vastaavat palvelut tarjoaa Sampo Pankki. Pankkien perimistä palvelumaksuista tutkimuksessa käsiteltiin laskun mak-

samista, tilejä sekä kortteja, kuitteja, tapahtumakyselyitä sekä tiliotteita ja vuokrakuuspanttausta.

Tutkimuksesta saatiin selville myös, että asiakkaat, jotka ovat siirtyneet yksittäishinnoitteluista tuotteista kokonaishinnoiteltuihin tuotteisiin säästävät kuukausittaisissa maksuissa, eikä heidän käyttämissään palveluissa ollut tapahtunut juurikaan muutoksia. Verrattaessa muutosta asiakkaan maksamaan kuukausimaksuun kokonaishinnoitteluun siirtyneiden asiakkaiden ja yksittäishinnoiteltujen asiakkaiden välillä saatiin euromääräiseksi säästöksi tutkimuksen avulla 2,5 euroa.

Tutkimuksen perusteella voidaan todeta, että tutkimukselle asetetut tavoitteet saavutettiin. Tutkimuksen perusteella saatiin laskettua euromääräinen hyöty asiakkaalle, sekä euromääräiset erot eriteltyinä sekä keskiarvon mukaan myös kilpailijavertailussa. Jälkeenpäin ajateltuna olisi tutkimusta kokonais- ja yksittäishinnoitteluista asiakkaista laajentaa koskemaan kaikkia palveluita ja selvittää sen tuoma hyöty pankille.

Tätä opinnäytetyötä voidaan hyödyntää pankissa, myynnin tukimateriaalina. Tutkimuksen avulla pankki saa lisä informaatiota kilpailijoiden hinnoittelusta, sekä siitä kuinka hinnoittelu eroaa pankkien välillä. Tutkimuksen perusteella voidaan myös sanoa, että tulokset peruspankkipalveluiden hinnoittelua koskevasta kilpailijavertailusta ovat saman suuntaisen kuin pankkialalla muutenkin vallitseva tilanne.

Jatkotutkimuksena voitaisiin toteuttaa syvempi kilpailijavertailu, jossa huomioitaisiin kaikki pankkien peruspankkipalveluiden hinnoitteluun vaikuttavat tekijät. Jatkotutkimuksen voisi toteuttaa myös siitä, kuinka asiakas tuottaa pankille peruspankkipalveluiden kautta tai pureutua syvemmin pankin kustannuslaskentaa peruspankkipalveluista syntyneiden kustannusten kautta.

## 7 LÄHTEET

Alhonsuo, Nisen, Pellikka. 2009. Finanssitoiminnan käsikirja. Helsinki: Finanssi- ja vakuutuskoulutuskustannus Oy.

Autio, A. STT. Etelä-Suomen Sanomat. Ahtaajien lakko näkyy talousennusteessa. [julkaistu 9.3.2010]

Bergström, Leppänen. 2005. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki:Edita Prima Oy.

Butler Patrick & Peppard Joe. 1998. Consumer purchasing on the Internet: Processes and prospects. European Management Journal. 16 (5), 600–610.

Finanssitoiminnan keskusliitto 2010 : [www.fkl.fi](http://www.fkl.fi)

Foxall Gordon R. & Goldsmith Ronald E. 1994. Consumer Psychology for Marketing. USA: Thomson Learning.

Jyrkkiö, Riistama. 2008. Laskentatoimi päätökseneon apuna. Helsinki: Werner Söderström Oy

Hallituksen esitys maksupalvelulaiksi 2010 [viitattu 1.4.2010]. Saatavilla: [www.edilex.fi/virallistieto/mt/tavm20100004](http://www.edilex.fi/virallistieto/mt/tavm20100004)

Hantula, K. Nordea luopuu pankkikirjoista. 2010. Kauppalehti. [julkaistu 22.1.2010] [viitattu 28.1.2010]. Saatavissa: [www.kauppalehti.fi/5/i/talous/uutiset/etusivu/](http://www.kauppalehti.fi/5/i/talous/uutiset/etusivu/)

Investointien, viennin ja tuonnin sekä yksityisen kulutuksen kasvu vuositasolla. 2010. Sampo Pankki [viitattu 12.2.2010] Saatavissa: <http://portal.danskenet.net>

Kangas & Pekkala. Suuret menot vai pienet tulot. Luuppi-tutkivan journalismin portaali. [viitattu 20.12.2009]. Saatavissa: [www.jyu.fi/viesti/verkkotuotanto/tutkiva/jutut/suuret-menot-vai-pienet-tulot.shtml](http://www.jyu.fi/viesti/verkkotuotanto/tutkiva/jutut/suuret-menot-vai-pienet-tulot.shtml)

Kontkanen, E. 2009. Pankkitoiminnan käsikirja. Helsinki: Finanssi- ja vakuutusalan Finva.

Korot nousuun 2010 lopussa?. 2010. Asuntolaina.org. [julkaistu 3.1.2010] [viitattu 16.1.2010]. Saatavilla: [www.asuntolaina.org/korot-nousuun-2010-lopussa/](http://www.asuntolaina.org/korot-nousuun-2010-lopussa/)

Lehtivuori, U. Kortti voi kädä kalliiksi kassalla. Etelä-Suomen Sanomat. [julkaistu 2.2.2010] [viitattu 15.2.2010]

Mäkinen, S. 2008. Pankkien kilpailuttaminen: case: Helmi Säästöpankki Oy. Opin- näytetyö 2008.

Nooa nelinkertaistaa palvelumaksunsa. 2009. Taloussanomat. [julkaistu 22.7.2009] [viitattu 16.1.2010]. Saatavissa: [www.taloussanomat.fi/palvelut/2009/07/22/nooa-nelinkertaistaa-palvelumaksunsa/](http://www.taloussanomat.fi/palvelut/2009/07/22/nooa-nelinkertaistaa-palvelumaksunsa/)

Palkansaajien velkakanta sekä korkomenot suhteessa käytettävissä oleviin vuosituloihin. 2010. Sampo Pankki [viitattu 12.2.2010] Saatavissa: <http://portal.danskenet.net>

Pankit keräävät pieniltä tuntuvista palvelumaksuista ison potin. 2009. Helsingin Sanomat. [julkaistu 31.7.2009] [viitattu 16.1.2009]. Saatavissa:

[www.hs.fi/tulosta/1135248110713](http://www.hs.fi/tulosta/1135248110713)

Pankkien kisa levisi palveluhintoihin. 2007. Taloussanomat. [julkaistu 6.3.2007] [viitattu 17.12.2009]. Saatavilla: [www.taloussanomat.fi/rahoitus/2007/03/06/pankkien - kisa-levisi-palveluhintoihin/](http://www.taloussanomat.fi/rahoitus/2007/03/06/pankkien-kisa-levisi-palveluhintoihin/)

Pankkiasiat; pankkitapa [viitattu 2.12.2009] Saatavissa: [www.fkl.fi/page/fk\\_www\\_3939](http://www.fkl.fi/page/fk_www_3939)

Pankkitoiminnan kehitys. [viitattu 15.2.2009]. Saatavissa: [www.fkl.fi/ravanto/pankki/historia.htm](http://www.fkl.fi/ravanto/pankki/historia.htm)

Pankkien tulos- ja tasetiedot [viitattu 2.12.2009] Saatavissa: [www.fkl.fi/www/page/fk\\_www\\_3654](http://www.fkl.fi/www/page/fk_www_3654)

Pankki rohmuaa nyt palveluista tuplahinnan. 2009. Taloussanomat. [julkaistu 22.5.2009] [viitattu 17.12.2009]. Saatavilla: [www.taloussanomat.fi/omatalous/2009/05/22/pankki-rohmuaa-nt-palveluista-tuplahinnan/](http://www.taloussanomat.fi/omatalous/2009/05/22/pankki-rohmuaa-nt-palveluista-tuplahinnan/)

Salo, S. 2001. Pankkitoiminnan haasteet keskuspankin näkökulmasta. Kansantaloudellinen Yhdistys [viitattu 15.01.2010]. Saatavissa: [www.ktyhdistys.net/aikakausikirja/sisallys/pdf-tiedostot/kak12001/kak12001salos.pdf](http://www.ktyhdistys.net/aikakausikirja/sisallys/pdf-tiedostot/kak12001/kak12001salos.pdf)

Solomon Michael, Bamossy Gary & Askegaard Søren. 1999. Consumer Behavior: A European Perspective. London: Prentice Hall Europe

Suhdannekatso. 2009. Valtiovarainministeriön kansantalousosasto. [julkaistu 18.12.2009], viitattu [26.12.2009] saatavissa: [www.vm.fi](http://www.vm.fi)

Taari, J. Käyttötilin ehdot vaikea ymmärtää. 2010. Etelä-Suomen Sanomat. [julkaistu 16.2.2010] [viitattu 15.2.2010]

Työttömyysasteen, inflaation sekä palkansaajien ansiotulon vuosimuutokset. 2010. Sampo Pankki [viitattu 12.2.2010] Saatavissa: <http://portal.danskenet.net>

Uotila, L. Sampo Pankin suhdannekatso. 2009. [julkaistu 17.12.2009] [viitattu 25.12.2009] saatavissa: [www.sampopankki.fi](http://www.sampopankki.fi)

Virtanen, K. 2007. Pankkityön muutoksen kokeminen: case: Päijät-Hämeen Osuuspankki. Opinnäytetyö 2007.

Viskari, K. 2008. Asiakkuuden kannattavuus pankissa. Opinnäytetyö 2008.

Widgrén, M. 2002. Pankkikilpailu globalistuvilla markkinoilla. Vantaa: Dark Oy.

## LIITTEET

Liite 1. Pankkien listahinnat peruspalveluista

Liite 2. Otanta yksittäishinnoitteluista asiakkaista

Liite 3. Otanta kokonaishinnoitelluista asiakkaista

Liite 1. Pankkien listahinnat peruspalveluista

	ka	alle ka	yli ka		
	Sampo Pankki	Nordea	P-H Osuuspankki	yht	ka
Tilin kk-maksu	2,9				
pankkikortti/lisäkortti kpl	0,5	1			
laskunmaksu automaatilla	0,5	0,7	0,7	1,9	0,6
laskunmaksu maksukuoressa	1,5	1	2	4,5	1,5
laskunmaksu omalta tililtä kontorissa	3,5	5	4	12,5	4,2
laskunmaksu käteisellä konttorissa	6	7	6	19	6,3
tilisiirto käteisellä toiseen pankkiin	6	7	6	19	6,3
laskunmaksu pikamääräyksenä	12	15	12	39	13
lahjasekki	2	3,7	6	11,7	3,9
tapahtumakysely automaatilla	0,5	0,5	0,5	1,5	0,5
konttorissa jälkikäteen pyydetty kuitti	1,8	1,7	2,5	6	2
maksun yhteydessä saatu kuitti	0	0	0		
jälkikäteen tilattu kuitti	3,8	2,5	2,5	8,8	2,9
saldo- ja korkotodistutus	3,8	10		13,8	4,6
max	15,2				
kpl		5			
tiliote kuukausittain/3kk välein	0	0	0		
tiliote kk pstittettuna 9.2009 avatuille		1,2			
tiliote useamman kerran kk/kpl	1	2	2	5	1,7
jälkikäteen tilattu tiliote	3,8	5	2	10,8	3,6
tiin panttaus vuokravakuudeksi	25	40	25	90	30
ilmoitus katteen puuttumisesta	2,5	5	5,5	13	4,3
tilin ylitysmaksu	5	5	10	20	6,7
ilmoituskirje tilinylityksestä	5	5	10	20	6,7
pankkitunnukset/kk	0	1,5			
tunnusten uusiminen: nouto konttorista	0	5		13	2
				4	8
sampopankki: asiakaspaketit/kk	talous	perus	laaja	7	7
tili+kortit	3,4	3,4	5,4	2	
laskunmaksu automaatilla	0,5	0,5	0,3	1	
laskunmaksu maksukuoressa	1,5	1,5	1,3	1	
laskunmaksu omalta tililtä kontorissa	3,5	3,5	0		
laskunmaksu käteisellä konttorissa	6	6	6		
tili siirto käteisellä toiseen pankkiin	6	6	6		
laskunmaksu pikamääräyksenä	12	12	12		
lahjasekki	2	2	2		
salokysely automaatilla	0	0	0		
tapahtumakysely automaatilla	0,5	0,5	0,3		
maksun yhteydessä tilattu kuitti	1,8	1,8	1,8		
maksun yhteydessä saatu kuitti	0	0	0		
jälkikäteen tilattu kuitti	1,8	1,8	1,8		
saldo- ja korkotoistutus	3,8	3,8	3,8		
max	15,2	15,2	15,2		
kpl					
tiliote kuukausittain/3kk välein	0	0	0		
tiliote kk pstittettuna 9.2009 avatuille					
useamman kerran kk/kpl	1	1	1		
jälkikäteen tilattu tiliote	3,8	3,8	3,8		
tiin panttaus vuokravakuudeksi	25	25	25		
ilmoitus katteen puuttumisesta	2,5	2,5	2,5		
tilin ylitysmaksu	5	5	5		
ilmoituskirje tilinylityksestä	5	5	5		

ensimmäiset pankkitunnukset	0	0	0
pankkitunnukset/kk	0	0	0
tunnusten uusiminen: nouto konttorista	0	0	0



Liite 2. Otanta yksittäishinnoitteluista asiakkaista

YKSITTÄISHINNOITELLUTASIAKKAAT

asiakas	2 %						kuukausikohtainen kulu
	tilin kkmaksu	kortti	luottolimiitti	vuosimaksu	per kk		
1	2,9	0,5	6000	120	10		13,4
2	2,9		1800	36	3		5,9
3	2,9		13000	260	21,7		24,6
4	2,9	0,5					3,4
5	2,9	0,5	4000	80	6,7		10,1
6	2,9						2,9
7	2,9	0,5	2000	40	3,3		6,7
8	2,9		1000	20	1,7		4,6
9	2,9	0,5					3,4
10	2,9	0,5					3,4
11	2,9						2,9
12	2,9						2,9
13	2,9						2,9
14	2,9		10000	200	16,7		19,6
15	2,9		2000	40	3,3		6,2
16	2,9	0,5					3,4
17	2,9		5000	100	8,3		11,2
18	2,9		3000	60	5		7,9
19	2,9	0,5					3,4
20	2,9		1600	32	2,7		5,6
21	2,9	0,5	6500	130	10,8		14,2
22	2,9		1000	20	1,7		4,6
23	2,9	1					3,9
24	2,9		2000	40	3,3		6,2
25	2,9		1800	36	3		5,9
26	2,9	0,5					3,4
27	2,9		6000	120	10		12,9
28	2,9	0,5					3,4
29	2,9	0,5					3,4
30	2,9	0,5					3,4
31	2,9		2000	40	3,3		6,2
32	2,9	0,5					3,4
33	2,9		2000	40	3,3		6,2
34	2,9	0,5					3,4
35	2,9		800	16	1,3		4,2
36	2,9		1000	20	1,7		4,6
37	2,9		2000	40	3,3		6,2
38	2,9		1000	20	1,7		4,6
39	2,9		1600	32	2,7		5,6
40	2,9	0,5	2000	40	3,3		6,7
41	2,9	0,5					3,4
42	2,9		1500	30	2,5		5,4
43	2,9						2,9
45	2,9		1000	20	1,7		4,6
46	2,9	0,5					3,4

47	2,9	0,5	1680	33,6	2,8	6,2
48	2,9	0,5	1000	20	1,7	5,1
49	2,9	0,5	1000	20	1,7	5,1
50	2,9	0,5				3,4
yht.			85280	1705,6	142,1	296,2
per 1			1705,6	34,1	2,8	5,9

Liite 3. Otanta kokonaishinnoitelluista asiakkaista

KOKONAISHINNOITTELUUN SIIRTYNEET

aiemmin					nyt		2 %	
asiakastili	kortti	vuosim./kk	yht		kokonai- suus1	kokonai- suus2	limiitti	Muutos
1	2,9	10	12,9		5,4		6000	-7,5
2	2,9	0,5	1,7	1000	5,1	3,4		-1,7
3	2,9	0,5			3,4	3,4		0
4	2,9	0,5	5		8,4	5,4	3000	-3,0
5	2,9	0,5	10		13,4	5,4	6000	-8
6	2,9		8,3		11,2	5,4	5000	-5,8
7	2,9		3,3		6,2	5,4	2000	-0,8
8	2,9		2,5		5,4	5,4	1500	0
9	2,9		8,3		11,2	5,4	5000	-5,8
10	2,9		5		7,9	5,4	3000	-2,5
11	2,9				2,9	5,4		-2,9
12	2,9	0,5	3,3		6,7	3,4	2000	-3,3
13	2,9	0,5			3,4	3,4		0,0
14	2,9		8,3		11,2	5,4	5000	-5,8
15	2,9		10		12,9	5,4	6000	-7,5
16	2,9		5	3000	7,9	5,4	4000	-2,5
17	2,9	0,5			3,4	3,4		0,0
18	2,9	0,5	6,7		10,1	3,4	4000	-6,7
19	2,9	0,5			3,4	3,4		0
20	2,9		3,3		6,2	5,4	2000	-0,8
21	2,9	0,5	1,7		5,1	3,4	1000	-1,7
22	2,9		5		7,9	5,4	3000	-2,5
23	2,9	0,5	3,3		6,7	3,4	2000	-3,3
24	2,9				2,9	5,4		2,5
25	2,9	0,5	1,7		5,1	3,4	1000	-1,7
26	2,9	0,5	7,7		11,1	3,4	4600	-7,7
27	2,9	0,5			3,4	5,4		2
28	2,9	0,5	2,5		5,9	3,4	1500	-2,5
29	2,9	0,5	3,3		6,7	3,4	2000	-3,3
30	2,9	0,5	13,3		16,7	5,4	8000	-11,3
31	2,9	0,5	3,3		6,7	3,4	2000	-3,3
32	2,9	0,5	3,3		6,7	3,4	2000	-3,3
33	2,9	0,5			3,4	3,4		0
34	2,9	0,5			3,4	3,4		0
35	2,9	0,5	1,7		5,1	3,4	1000	-1,7
36	2,9		5		7,9	5,4	3000	-2,5
37	2,9		5		7,9	5,4	3000	-2,5
38	2,9	0,5	1,7		5,1	3,4	1000	-1,7
39	2,9	0,5			3,4	3,4		0
40	2,9	0,5	5		8,4	3,4	3000	-5,0
41	2,9		5,3		8,2	5,4	3200	-2,8
42	2,9	0,5			3,4	3,4		0

43	2,9	0,5		3,4		3,4		<b>0</b>
44	2,9	0,5	2,5	5,9		3,4	1500	-3
45	2,9		8,3	11,2	5,4		5000	-5,8
46	2,9	0,5		3,4		3,4		<b>0</b>
47	2,9	0,5		3,4		3,4		<b>0</b>
48	2,9	0,5		3,4		3,4		<b>0</b>
49	2,9	0,5		3,4		3,4		<b>0</b>
50	2,9	0,5	5	8,4		3,4	3000	-5,0
				337	212			